

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
CURSO DE TURISMO**

ARIANA CALDEIRA DE LIMA

**AGÊNCIAS DE TURISMO E RESÍDUOS SÓLIDOS: DESTINAÇÃO DOS
RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS PELAS AGÊNCIAS DE TURISMO
ASSOCIADAS À ABAV/AM-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE
VIAGENS DO AMAZONAS.**

MANAUS

2018

ARIANA CALDEIRA DE LIMA

**AGÊNCIAS DE TURISMO E RESÍDUOS SÓLIDOS: DESTINAÇÃO DOS
RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS PELAS AGÊNCIAS DE TURISMO
ASSOCIADAS À ABAV/AM-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE
VIAGENS DO AMAZONAS.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do título de bacharel em turismo do Curso de Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo – ESAT da Universidade do Estado do Amazonas – UEA. Orientação: Prof.^a Maria Helena de Souza Fonsêca, Esp.

MANAUS

2018

ARIANA CALDEIRA DE LIMA

**AGÊNCIAS DE TURISMO E RESÍDUOS SÓLIDOS: DESTINAÇÃO DOS
RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS PELAS AGÊNCIAS DE TURISMO
ASSOCIADAS À ABAV/AM- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE
VIAGENS DO AMAZONAS.**

Este trabalho de conclusão de curso do julgado adequado para obtenção do Grau de Bacharel em Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e aprovado, em sua forma final, pela Comissão Examinadora.

Nota Final = _____

BANCA EXAMINADORA

**Prof.^a Maria Helena de Souza Fonsêca, Esp.
Orientadora**

Prof.^a. Karla Cristina Ribeiro Maia, Msc.

Prof.^a. Jany Alfaia de Oliveira, Msc.

DEDICATÓRIA

Dedico esta pesquisa primeiramente a Deus que sempre foi o autor da minha vida e do meu destino. O meu maior apoio nos momentos difíceis. As pessoas que estiveram ao meu lado ao longo de toda vida: meus pais Aristoteles Lima e Dineia Caldeira. Também dedico aos meus irmãos Arineia Caldeira e Andrew Caldeira e ao amigo e companheiro Marcos Ribeiro que sempre acreditaram em mim.

AGRADECIMENTOS

A Deus por minha vida, família e amigos.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A universidade do Estado do Amazonas pela oportunidade de fazer o curso.

A professora Maria Helena Fonseca pela orientação, apoio e confiança.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

EPÍGRAFE

Prefiram a minha instrução à prata, e o conhecimento ao ouro, pois a sabedoria é mais preciosa do que rubis; nada do que vocês possam desejar compara-se a ela.

Provérbios 8:10-11

RESUMO

Este trabalho teve o intuito de realizar um estudo sobre um tema que nos dias atuais tornam-se mais evidentes os graves problemas ambientais. Percebe-se que o consumismo no mundo todo aumenta gradativamente, pois obter algo muitas das vezes é sinônimo de relações sociais bem sucedidas, porém a situação encontra-se desesperadora para o mundo. Pessoas e animais são afetados pela grande produção de serviços e produtos e conseqüentemente pelo descarte incorreto do lixo. O lixo tornou-se um grande problema para o mundo, sem medidas e políticas para o mesmo, ele é desprezado de maneira totalmente irresponsável. Assim este trabalho em pesquisa quantitativa e bibliográfica, tem como objetivo descrever os resíduos sólidos gerados e a destinação deles, tomando como referencia o levantamento de dados por meio de questionários eletrônicos aplicados nas agências associadas à ABAV. Utilizou-se o método indutivo, em que observou-se as resposta obtidas, cujo resultado revelou que existe pouca atuação mediante ao descarte correto do lixo gerado pelas agências. Percebeu-se também que o poder público na cidade de Manaus tem uma fragilidade perante o tratamento e auxílio para o descarte correto do lixo. Enfim, percebe-se que as pessoas precisam ser sensibilizadas por esse grave problema, para agirem de forma consciente e responsável mediante as questões ambientais.

Palavras-chave: Agências de viagens; Resíduos Sólidos, Descarte.

ABSTRACT

It is considered that on the current days, become more evident the serious environmental problems. Is perceived that the consumerism on the whole world increase gradually, because, get something, lot of time is synonymous of social relations well succeed, however the situation is found desperate to the world. People and animals are affected through the great production of services and products, e consequently through the incorrect discard of trash. The waste has become a huge problem to the world, without measures e policies for the same, it is despised in a way fully irresponsible. This monography on quantitative and bibliography research, has as objective, describe the solid waste generated and the destination of then, taking as reference the data collection by means of questionnaires applied on the travel agencies associated to ABAV. Was used the inductive method, in which was observed the answers obtained on the questionnaires, whose result revealed that exist few interaction through the correct discard of trash generated by the agencies. It was also stated that the public power in the city of Manaus has a fragility towards the treatment and support to the correct discard of garbage. Ultimately, is perceived that the people need to be sensitized for this serious problem, to act consciously and responsible through the environmental issues.

Key word: Travel agencies. Solid waste. Discard

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tipo de lixo gerado	56
Gráfico 2. Resíduos produzidos pelas agências	57
Gráfico 3. Destinação dos resíduos produzidos pelas agências	58
Gráfico 4. Separação dos resíduos	59
Gráfico 5. Coleta Seletiva.....	60
Gráfico 6. Reutilização de materias que vão para o lixo	61
Gráfico 7. Conhecimento sobre Coleta Seletiva.....	62
Gráfico 8. Existência de Coleta Seletiva	63
Gráfico 9. Meios de Reutilização.....	64
Gráfico 10. Separação de resíduos para Reciclagem	64

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. AGÊNCIAS DE TURISMO	16
2.1. LEI Nº 12.974, DE 15 DE MAIO DE 2014.	18
2.2 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS-ABAV	20
2.2.1 Associação Brasileira de Agências de Viagens do Amazonas-ABAV-Am	21
2.3 GESTÃO E MEIO AMBIENTE	21
2.3.1 Diferencial nas agências	24
2.4. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS AGENCIAS DE VIAGENS.....	26
3. TURISMO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL	28
3.1 NOVAS REGRAS E NOVAS NECESSIDADES	30
3.2 MEIO AMBIENTE: CONCEITOS	31
3.3. RESÍDUOS SÓLIDOS.....	32
3.1.1. Lei nº 12.305, de 2 Agosto de 2010	35
3.4. O CONSUMISMO	36
3.5. CONSUMO CONSCIENTE	39
3.6. GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS	40
3.6 POLÍTICA DOS 3Rs: REDUZIR, REUTILIZAR E RECICLAR.....	42
3.6.1 Política dos 5Rs: Repensar, Recusar, Reduzir, Reutilizar ou Reaproveitar e Reciclar.....	43
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	46
4.1 FORMA DE ABORDAGEM	46
4.1.1 Objetivos Metodológicos	47
4.2. AMOSTRA.....	47
4.2.1 Coleta de dados	47
4.3 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS	49
4.3.1 Métodos	49
4.4 LEVANTAMENTO DAS AGÊNCIAS ASSOCIADAS À ABAV-AM	50
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS NAS AGÊNCIAS DE VIAGENS	55
5.1 DESCARTE DOS RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS NAS AGÊNCIAS DE VIAGEM ASSOCIADAS À ABAV.....	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS	65

REFERÊNCIAS.....68

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema a gestão dos resíduos sólidos realizado pelas agências de turismo associadas à ABAV na cidade de Manaus.

Considerando que independentemente do tipo e tamanho do estabelecimento, sempre será gerado resíduos, podendo esse ser de maior quantidade ou não, dessa forma é importante saber de que maneira esses resíduos são descartados, pois quando são direcionados a um descarte mal planejado, pode trazer muitas consequências negativas para a sociedade.

As agências de turismo como qualquer outro empreendimento, fazem o uso de propagandas para divulgar destinos e equipamentos. Propagandas essas que podem ser digitais, por meio de sites e redes sociais e ou, por meio físico (publicações) de materiais conhecidos como *folders*, guias, revistas, mapas, banners e outros. Além das agências produzirem o seu próprio material que pode ser tanto para divulgação, quanto para o uso de escritório necessário para desenvolver os trabalhos no dia a dia, como papéis impressos com informativos, retiradas de bilhetes, pode-se citar também o que é usado para consumo próprio, tidos como, embalagens de alimentos, pilhas e materiais descartáveis, consumidos e utilizados pelos próprios funcionários e clientes. Mais do os materiais de uso pessoal e das agências, elas ainda recebem produtos promocionais de outras empresas.

Dessa forma, muitos dos materiais gerados, produzidos e recebidos, precisam ser descartados, pois eles têm prazo de validade. As agências não podem ficar com os materiais vencidos para não correr o risco de passar informações erradas para os clientes, e o que é gerado tem necessariamente que ser descartado. Porém, esse descarte pode ser feito de diversas formas, para cooperativas de reciclagem, doação para instituições, academias de graduação e bibliotecas ou simplesmente descartando-os no lixo.

Do ponto de vista geral, esse descarte quando mal planejado pode levar a uma série de problemas que não são diretamente ligados às agências, pelo fato delas descartarem em um ponto de coleta e depois não se importarem para onde esse lixo é levado; preocupações como o descarte correto, o tratamento do lixo e se ele em conjunto com outros lixos afetará a vida de alguém, de uma população ou comunidade.

Por tratar-se de um setor que realiza múltiplas atividades, as agências são um dos principais aliados do turismo, através delas as pessoas realizam viagens com toda a estrutura necessária. Por ser um mercado grande, tornou-se importante criar uma associação que cuidasse dos interesses desse setor, criou-se então a Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV, a maior entidade que representa os interesses das agências de viagens. Ela promove negociações políticas e defende os interesses dos empresários.

Além da criação desta associação, criou-se ainda a Lei nº 12.974 que dispõe sobre as atividades das agências de turismo, nesta lei estão além das atividades, as responsabilidades que elas tem perante a prestação de serviços.

Percebe-se que as principais atividades realizadas pelas agências são feitas ao ar livre, tendo contato direto com a natureza, desta forma compreende-se que para o turismo ser realizado, é necessário ter um espaço que nem sempre existem cuidados em relação aos impactos que ele sofrerá ao desenvolver determinado serviço. Para isso compreende-se a importância dos agentes em desenvolverem produtos e serviços pensando no bem estar dos seus clientes e na preservação da natureza.

Entende-se que para os empresários muitas vezes é caro investir em ações que busquem preservar e contribuir com o meio, porém percebe-se que nos dias atuais com a concorrência acirrada, existem diferenciais que possibilitam fidelizar e atrair cliente. Há várias formas de atrair clientela, como por exemplo preço e qualidade, pode-se citar também empreendimentos que visam trabalhar com sustentabilidade. Desta forma, percebe-se que contribuir com o meio ambiente é um dos grandes enfoques atualmente.

Ao longo do tempo, tornou-se difícil lidar com a concorrência, principalmente pelo fato dos setores que antes trabalhavam em conjunto com as agências, estarem realizando suas vendas sem precisar do auxílio delas. Tudo isso tornou-se realidade graças a invenção da internet. Para muitos ela foi um divisor de águas, fez com que muitas empresas desse setor fechassem as portas, porém alguns empresários perceberam a chance de melhorar os seus processos e aliaram-se a internet para fomentar as ofertas oferecidas.

O turismo e o meio ambiente sempre caminharam juntos, as pessoas são motivadas a conhecerem lugares paradisíacos e buscam fugir dos ambientes da cidade. Por tratar-se de uma atividade que necessita expressamente da natureza

acredita-se que é muito difícil para os gestores não ocasionar consequências negativas ao meio.

Percebe-se que o lixo sempre existiu na humanidade, mas nos dias de hoje ele é produzido descontroladamente, pois o alto consumo é evidente na sociedade. Em grande parte o lixo não tem descarte apropriado e prejudica seres humanos e principalmente os animais.

Tratando-se de um grave problema ambiental, instituíram-se políticas para melhorar os impactos causados, criou-se a política dos 3Rs e 5Rs, um conjunto de medidas designadas a auxiliar a produção e descarte desnecessários. Em 2 de agosto de 2010 criou-se no Brasil a Lei 12.305 com o intuito de trazer crescimento para as ações voltadas para os resíduos sólidos. Do ponto de vista geral o descarte quando mal planejado pode levar a uma série de problemas que não são diretamente ligados às agências, pelo fato delas descartarem em um ponto de coleta e depois não se importarem para onde esse lixo é levado; preocupações como o descarte correto, o tratamento do lixo e se ele em conjunto com outros lixos afetará a vida de alguém, de uma população ou comunidade. Daí surgiu a inquietação de saber: quais os resíduos sólidos gerados e como são descartados pelas agências de viagens?

Por meio da pesquisa realizada foi possível compreender de que maneira o lixo é tratado nas agências de viagens e tendo o trabalho como objetivo geral, verificar a gestão dos resíduos sólidos realizados pelas agências de viagens associadas à ABAV-Am. Para alcançar esse resultado, os objetivos específicos foram realizar o levantamento das agências associadas à ABAV em Manaus; descrever quais são os resíduos sólidos gerados por essas agências; e relatar de que forma eles são descartados.

Para desenvolver esta pesquisa foi usada a forma de abordagem quantitativa, utilizando o objetivo metodológico de cunho descritivo, reunindo levantamento de dados e pesquisas bibliográficas.

A amostra se deu de forma probabilística e casual simples, pois foi oferecida a oportunidade a todas as agências que compõem a ABAV-AM de serem escolhidas. Para a coleta de dados foram utilizados questionários com perguntas abertas e fechadas, por meio de e-mails, para posteriormente apresentar gráficos para melhor compreensão dos resultados.

O método foi o indutivo e as agências da amostra responderam questionários e por meio das respostas foi possível alcançar os resultados dos objetivos estabelecidos na pesquisa.

Por fim percebe-se a necessidade das agências descartarem os materiais de forma correta, pois contribuem mesmo que de forma singela, na preservação do meio ambiente, na questão de impactos ambientais, na redução das desigualdades sociais, pois a reciclagem pode ser um caminho para gerar renda e cooperar com a renda familiar. Quanto ao tema escolhido, acreditamos ser relevante para a academia, pois as questões ligadas ao meio ambiente precisam ser levadas em consideração em qualquer projeto a ser desenvolvido, e as pesquisas científicas, podem auxiliar os empresários para melhorias em empreendimentos seja de qual for o tipo, para melhorias do meio ambiente.

Pensando que o curso de turismo da UEA, prepara os acadêmicos, tanto para serem empreendedores, quanto para trabalharem em órgãos, instituições e investimentos privado, é importante que estudos como esse, possam auxiliar os futuros colaboradores e empreendedores a melhorar a forma de trabalho, visando sempre a contribuir com uma sociedade mais sustentável.

2. AGÊNCIAS DE TURISMO

Por meio das agências de viagens é possível intermediar oferta e demanda e fazer a união dos que tem interesse em usufruir de produtos e serviços do turismo e os que desejam ofertar serviços turísticos. Desta maneira torna-se possível afirmar que as agências desenvolvem um grande setor para o turismo, pois relacionam diversos elementos e formam um ou mais produtos, para oferecer aos consumidores finais como, por exemplo, diferentes empresas do turismo ou não, pessoas físicas e instituições, como afirma:

As agências de turismo são, portanto, responsáveis por fazer a distribuição e a intermediação de produtos e serviços ao consumidor. “Em outras palavras, elas atuam como intermediárias e distribuidoras na prestação de serviços entre oferta e a demanda, ou seja, entre aqueles que desejam viajar e aqueles que desejam receber os turistas, tornam-se ícones principais na distribuição dos produtos. (Pazine 2014, p. 12 apud Tomelin, 2001, p.17)

De acordo com o autor, as agências são intermediadoras entre os consumidores e as empresas, prestadoras de serviços, ou outros que as buscam para vender os seus produtos e/ou serviços, teoricamente unem oferta e demanda, contribuindo com ambas as partes, com quem quer vender e com quem quer comprar, e na intermediação dessa união elas tem a sua receita.

Segundo o art.27 da Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008, conhecida como Lei Geral do Turismo, compreende-se por agência de turismo a pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente.

Essas empresas praticam a comercialização de produtos e serviços turísticos, tendo como funções básicas a intermediação de serviços e produtos turísticos, a consultoria ou assessoria de viagens e a organização ou elaboração de viagens. SANTOS; KUAZAQUI (2004, p 16).

Santos e Kuazaqui afirmam que as agências de viagem e turismo, elaboram produtos e serviços turísticos, bem como prestam consultoria para auxiliar nas viagens dos clientes.

Além dos serviços de intermediação e consultoria, as agências de viagens e turismo organizam pacotes que podem ser comercializados no mercado por todas as categorias de agências, assumindo os riscos com relação aos bloqueios, efetuando junto aos meios de hospedagens, transportadoras e outras empresas, quando da elaboração de produtos. (SANTOS; KUAZAQUI (2004, p 16).

A agência de viagem e turismo desenvolve seus múltiplos trabalhos de prestação de serviços em conjunto com outras empresas, como transportadoras, meios de hospedagem, companhias aéreas, o setor de alimentos e bebidas e outros que buscam satisfazer as necessidades dos clientes. Claro que diante de tantas parcerias assim, é evidente que ocorrerão erros que podem afetar diretamente o consumidor final, e quem se responsabiliza por tais erros é a própria agência.

As agências de turismo podem intermediar ainda outros serviços, considerados agregados ao produto turístico, referentes à realização de feiras, convenções e eventos, comercialização ou agenciamento de carga aérea, operações de câmbio (sendo necessário para isso um registro de classificação específico junto a EMBRATUR, que possibilite a comercialização de moeda estrangeira), documentação de viagem, traslado e venda de ingressos para diversos espetáculos. (SANTOS; KUAZAQUI, 2004 p 17).

Essas empresas desempenham o papel de comercialização de produtos e serviços turísticos, exercendo as funções básicas de intermediação de serviços, consultoria ou assessoria, e organização de viagens, eventos, podendo até mesmo prestar serviços de câmbio, porém para realizar-se esse tipo de atividade é preciso verificar a legislação e a documentação para trabalhar-se com moedas estrangeiras. Compreende-se que essas empresas se destinam a elaboração de produtos, serviços e comercialização para diversas instituições, entidades, companhias, firmas e sociedade.

(...) empresas que se dedicam à elaboração de viagens e à comercialização de serviços turísticos avulsos ou organizados em forma de pacotes, em caráter intermediário entre as empresas chamadas a prestar serviços e usuário final, para fins turísticos, comerciais ou de outra natureza. (Santos; Kuazaqui, apud Acerenza, 1990, p. 29).

Segundo Santos; Kuazaqui, 2004, p 16, as agências de turismo podem ser classificadas em duas categorias:

- a. Agências de viagens prestam serviços de excursões rodoviárias a seus usuários em território brasileiro e em países limítrofes.
- b. Agências de viagens e turismo prestam os serviços de operação de viagens e excursões-individuais e=ou coletivas- compreendendo roteiros e itinerários, relativas a excursões do Brasil para o exterior. (Santos; Kuazaqui, 2004 apud Tomelim, 2001, p.23).

Além dessa classificação, as agências de turismo exerçam com exclusividade as atividades de:

(...) venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas, passeios, viagens e excursões, intermediação remunerada na reserva de alojamento, recepção, traslado, transferência e assistência especializada ao turista; operação de viagens e excursões individuais ou coletivas, compreendendo a organização, contratação e execução de programas, roteiros e itinerários; credenciamento de empresas transportadoras, empresas de hospedagem para emissão de bilhetes, vouchers e outras prestações de serviços turísticos; divulgação pelos meios adequados, inclusive propaganda e publicidade, de todos esses serviços. (Santos; Kuazaqui, apud Beni, 1998, p. 182).

2.1. LEI Nº 12.974, DE 15 DE MAIO DE 2014.

Tratando-se de um setor comercial grande e com múltiplos serviços ofertados, tornou-se importante criar uma legislação que regulamenta as reais atividades que essas empresas oferecem, bem como os deveres e direitos que elas possuem.

De acordo com o site do Planalto, 2018, a Lei nº 12.974 dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo. Abaixo alguns dos artigos:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo.

Art. 2º Entende-se por Agência de Turismo a empresa que tenha por objeto, exclusivamente, a prestação das atividades de turismo definidas nesta Lei.

Art. 3º É privativo das Agências de Turismo o exercício das seguintes atividades:

I - venda comissionada ou intermediação remunerada na comercialização de passagens, passeios, viagens e excursões, nas modalidades aérea, aquaviária, terrestre, ferroviária e conjugadas;

II - assessoramento, planejamento e organização de atividades associadas à execução de viagens turísticas ou excursões;

III - (VETADO);

IV - organização de programas, serviços, roteiros e itinerários de viagens, individuais ou em grupo, e intermediação remunerada na sua execução e comercialização;

V - organização de programas e serviços relativos a viagens educacionais ou culturais e intermediação remunerada na sua execução e comercialização.

§ 1º As Agências de Turismo poderão exercer todas ou algumas das atividades previstas neste artigo.

§ 2º O disposto no inciso I do caput deste artigo não inclui a organização dos programas, serviços, roteiros e itinerários relativos aos passeios, viagens e excursões.

§ 3º O disposto no inciso III do caput deste artigo não elide a venda direta ao público dos serviços prestados pelas empresas transportadoras, pelos meios de hospedagem e pelas demais empresas fornecedoras de serviços turísticos, inclusive por meio da rede mundial de computadores.

Art. 4º As Agências de Turismo poderão exercer, ainda, e sem caráter privativo, as seguintes atividades:

I - obtenção e legalização de documentos para viajantes;

II - transporte turístico de superfície;

III - desembaraço de bagagens, nas viagens e excursões de seus clientes;

IV - intermediação remunerada de serviços de carga aérea e terrestre;

V - intermediação remunerada na reserva e contratação de hospedagem e na locação de veículos;

VI - intermediação remunerada na reserva e venda de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos e culturais;

VII - (VETADO);

VIII - representação de empresa transportadora, de meios de hospedagem e de outras empresas fornecedoras de serviços turísticos;

IX - assessoramento, organização e execução de atividades relativas a feiras, exposições, congressos e eventos similares;

X - venda comissionada ou intermediação remunerada de seguros vinculados a viagens e excursões e de cartões de assistência ao viajante;

XI - venda de livros, revistas e outros artigos destinados a viajantes; e

XII - outros serviços de interesse de viajantes.

Art. 28. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Por fim, a Lei entrou em vigor na data de sua publicação, no dia 15 de maio de 2014, sancionada pelo presidente da Republica Dilma Rousseff.

2.2 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS-ABAV

As agências desempenham um papel importante, pois fazem a intermediação entre oferta e demanda de serviços e produtos, dessa forma, é importante possuir uma associação comprometida com os interesses de várias agências localizadas no território nacional. Essa associação existe, e chama-se ABAV, surgiu em 28 de dezembro de 1953, por quinze representantes de agências de viagens.

Segundo o site da ABAV, 2017, “A ABAV representa uma formidável rede de distribuição, formada por 3,5 mil agências de viagens espalhadas por todo o território nacional”.

A ABAV representa várias agências do Brasil associadas a ela, formando uma grande rede consolidada que tem como objetivo principal, buscar e planejar melhorias para rede de agências de viagens.

A ABAV está presente em 26 estados e no Distrito Federal. As agências associadas beneficiam-se dos serviços oferecidos pela ABAV Nacional e dos diferentes serviços disponibilizados por sua representação no estado de origem. Ao se associar às ABAVs estaduais, as empresas podem usufruir de serviços como consultoria jurídica, cursos e treinamentos, atendimentos em aeroportos, apoio para a retirada de vistos, espaços para reuniões, entre outros. (ABAV, 2018).

A ABAV é a maior entidade que representa as agências de viagens no Brasil, conforme ABAV (2018), sua principal missão é “fomentar o desenvolvimento do turismo nacional e defender os legítimos interesses da indústria do turismo como um todo. Para isso, a entidade promove negociações políticas e defende os interesses das empresas associadas”.

O associado tem acesso a informações e acontecimentos do setor; usufrui de benefícios e parcerias exclusivas; ter acesso a cursos para formação e

adequação de profissionais; além de participar de congressos, exposições de turismo e conferências. (ABAV, 2018).

A ABAV disponibiliza diversos serviços e benefícios para os associados, além disso, disponibiliza informações do setor e representa como entidade maior perante eventos realizados pelo território nacional.

2.2.1 Associação Brasileira de Agências de Viagens do Amazonas-ABAV-Am

Por ter se tornado uma grande associação nacional, foi necessário criar filiais estaduais, criou-se então a ABAV-AM, responsável por grandes transformações ao longo dos anos, sendo amplamente reconhecida, principalmente em eventos regionais, conseguindo marcar presença por meio de um trabalho sério e voltado à expansão do turismo pelo Norte do País.

Segundo o site da ABAV, 2018, A ABAV do Amazonas tornou-se realidade a partir da iniciativa dos agentes de viagens Gaitano Antonaccio (Tarusa), Carlos Alberto Bindá (Selvatur) e Luciano Lima de Albuquerque (Martilopes Turismo). As agências Tabatur, Amazon Explores, Luciatour, Equatorial Passagens e Turismo, Telestar Turismo, ATA Agência de Turismo da Amazônia, também contribuíram para a criação da ABAV do Amazonas. À época, estas eram as oito agências de viagens de Manaus.

O estado do Amazonas possui uma característica diferente dos demais estados, como explica no site da ABAV-AM, 2017: “A ABAV-AM foi fundada com uma característica única no universo abaviano pela sua dimensão multiregional, além do Amazonas, a sua área territorial se estendia a Rondônia, Acre e Roraima”.

2.3 GESTÃO E MEIO AMBIENTE

Os responsáveis pelo turismo e pelo meio ambiente tem consciência dos problemas difíceis e conflitantes que tem em comum; e, por isso, devem criar condições e proposições para melhor administrar essa situação no futuro. RUSCHMANN (1997, p 22).

Percebe-se que existem vários problemas ao desenvolver o turismo, principalmente ao meio ambiente. Sempre existirão impactos ao meio, porém, esses problemas precisam ser amenizados por aqueles que desempenham o papel de gestor e colaboradores que desenvolvem o planejamento e qualquer atividade nesse setor. Deve-se buscar a melhor forma para desempenhar-se um trabalho sem existir agressões ao meio ambiente.

Se a gestão das atividades de turismo, tratando-se especificamente das agências de viagens, ser feita de forma consciente e responsável em relação aos impactos que algo simples como descartar o lixo corretamente pode causar, leva a crer que no futuro os problemas com o meio ambiente serão menos recorrente.

Por isso torna-se imprescindível estimular o desenvolvimento harmonioso e coordenado do turismo; se não houver equilíbrio com o meio ambiente, a atividade turística comprometerá sua própria sobrevivência. RUSCHMANN (1997, p 24).

Percebe-se a importância de desenvolver corretamente o turismo, buscando a melhor maneira de produzir as atividades, pois o não comprometimento com o meio ambiente fará com que o turismo não ocorra.

Os profissionais de turismo não se julgam responsáveis pelos danos ao meio ambiente, pois estão engajados na venda dos produtos e, no seu entender, já arcam com custos promocionais bastante elevados. RUSCHMANN (1997, p 25).

Percebe-se que os danos ao meio ambiente é de responsabilidade de todos, a partir do momento que não descarta-se qualquer tipo de resíduos sólidos de forma correta, contribui-se para o aumento da poluição e sucessivamente a outros danos prejudiciais ao meio e aos seres vivos.

Para os profissionais de turismo, além da preocupação com as vendas dos seus produtos e serviços, deve-se ter atenção com a sustentabilidade, pois é o grande enfoque nos dias atuais.

Os custos para apresentar-se um negócio que visa minimizar os danos ao meio ambiente pode ser um pouco elevado, porém, é extremamente importante investir na preservação do meio, como:

- Praticar a economia no consumo de energia;
- Reduzir e reciclar o lixo;
- Descartar de forma correta o lixo;

- Cuidar bem do lixo;
- Nunca jogar o lixo no chão;
- Reutilizar, reaproveitar e reciclar tudo o que for possível;
- Reduzir o consumo de água;
- Evitar andar apenas de carro;
- Comprar somente o necessário.

Acima estão algumas medidas que contribuem na diminuição dos impactos ambientais. Pode-se economizar energia de diversas maneiras, como por exemplo, desligando luzes de ambientes com iluminação natural, usando-se telhados que proporcionam a iluminação natural e utilizar-se somente o necessário de equipamentos eletrônico para consumir menos energia possível.

A coleta seletiva consiste no processo de separação dos materiais recicláveis do restante considerado lixo. Um dos objetivos de um programa de coleta seletiva é o de melhorar as condições ambientais com a reciclagem e reutilização dos resíduos sólidos, reduzindo a extração de recursos necessários para obter novos materiais. (Bernardo, 2017)

Separar o lixo reciclável é importante para diminuir o lixo nas grandes e pequenas cidades, nunca jogar lixo no chão é uma forma de demonstrar para as demais pessoas o respeito pelo mundo em que se vive. Quando há redução, reciclagem do lixo e descarte de maneira correta e cuidado com o lixo, certamente haverá cuidado com a destinação adequado dele.

Reutilizar, reaproveitar e reciclar tudo o que for possível é uma ótima maneira de demonstrar comprometimento com o meio ambiente, pode-se reutilizar objetos e materiais que seriam descartados em itens de decoração e roupas indesejadas podem ser doadas. Quanto mais enfraquecer a produção de lixo, mais se preserva o meio ambiente.

Para reduzir o volume de água, podem-se adotar algumas medidas como reutilizar a água da chuva, reutilizar água da máquina de lavar roupas para lavar áreas de serviço, por exemplo, não deixar torneiras e chuveiros abertos sem necessidade e até mesmo diminuir o tempo no banho. Esses são alguns gestos aparentemente simples, mas que contribuem grandemente com a preservação do

meio ambiente, uma vez que se cada pessoa possuísse essas atitudes menos água seria utilizada desnecessariamente.

Pode-se optar por outros meios de locomoção, como exemplo: o transporte público, sistema de carona, as bicicletas que são grandes contribuintes para um ar mais puro, ou até mesmo se locomover a pé. Essas são algumas atitudes que cooperam com uma qualidade de vida, uma vez que os carros poluem o meio ambiente. Por isso sempre que possível é interessante optar por meios de transportes menos nocivos ao meio.

A produção exagerada de produtos e serviços ocasiona o consumo descontrolado de recursos naturais, por isso é sempre interessante se perguntar o real motivo da compra, uma vez que se for desnecessária, mais recursos serão utilizados para a produção de novos produtos e sucessivamente mais lixo será gerado.

Quanto maior o consumo maior é a parte a ser descartada pelo consumidor, neste ponto é que está o grande problema. Outros impactos significativos que ocorrem em grande proporção advêm da extração de matéria-prima. O aumento significativo do consumo de água e energia elétrica também faz parte deste problema. (SILVA, 2017, p 17)

Percebe-se que nos dias atuais não basta apenas fornecer informações sobre o meio, mas sim educar para o meio ambiente, ou seja, mostrar condutas corretas, buscando proteção e melhoria, pois o meio ambiente a cada dia vem sofrendo com práticas incorretas e cada vez mais mostra que estamos no limite da sobrevivência. Entende-se que praticar ações benéficas ao meio trará grandes mudanças no mundo, e todas as pessoas podem realizá-las, para isso é importante instigar a essas práticas.

2.3.1 Diferencial nas agências

Percebe-se a importância de tratar as questões ambientais com responsabilidade, pois dependemos disto para a sobrevivência dos seres vivos. Há varias maneiras de se obter sucesso nas vendas, as agências, por exemplo, oferecem pacotes turísticos, produzem feiras para diversos públicos, se tornam responsáveis por compra e venda de ingressos, possuem um vasto número de

ofertas e possuem demanda. Porém há fatores que determinam o interesse dos clientes para fecharem negócio.

Esse diferencial ocorre de diversas formas como atendimento ao cliente, algo que na maioria das vezes é a principal característica que faz o cliente optar pelo serviço.

Pode-se citar também o preço, a qualidade do serviço e até mesmo o interesse de desenvolver o negócio e comercializar seus serviços, de maneira que traga menos impactos ao meio ambiente possível. Todos esses fatores são importantes para fidelizar o cliente, como afirma:

A maneira pela qual cada departamento comercial enfrenta a relação com os clientes é, em muitos casos, determinante no sucesso de vendas da agência. De qualquer forma, nenhuma empresa pode se dar ao luxo de depender exclusivamente do carisma pessoal de seus vendedores. É preciso apresentar argumentos objetivos e ferramentas que garantam a capacitação e a fidelização de clientes. MARÍM (2004, P, 69)

Nos dias atuais, com o avanço da tecnologia, pode-se afirmar que é impossível não serem realizadas as mudanças nos grandes e pequenos setores. Essas mudanças são reais e muitos empresários encontram-se defensivos a ela, e isso ocasiona baixos rendimentos diante de outros que buscam atualizar-se com o advento da tecnologia, usando-a para o crescimento do seu negócio obtendo vantagem sobre os outros empresários.

Alguns empresários, sentindo-se ameaçados por tais mudanças, se mostram defensivos, tentam ignorá-las e enfrentam os novos desafios com estratégias convencionais, obtendo resultados quase sempre decepcionantes. Ao mesmo tempo, empresários com maior visão de negócios conseguem enxergar as oportunidades intrínsecas no processo de mudança e convertem as supostas ameaças em lucrativos negócios turísticos. (Marín, 2004, P, 195).

Por esse motivo, as agências de viagens precisam centrar suas estratégias de negócios na diferenciação do serviço, agregar maior valor para o cliente, aumentar a produtividade, melhorar a qualidade de seus processos e aprender a criar novas fontes de receita. Esse conjunto de técnicas será importante para o crescimento do negócio, obter clientes fidelizados e ter lucro com os investimentos.

Nem sempre as agências tiveram o cenário desagradável para o desenvolvimento lucrativo dos seus negócios, como afirma Marín, 2004, p. 29 “Até os últimos anos do século XX, conseguir lucros era relativamente fácil para as agências de viagens: boas comissões e pouca concorrência eliminavam a necessidade de investir e garantiam resultados positivos”. Mas com o passar dos anos ficou insustentável manter os negócios da mesma maneira do século XX, pois mais concorrências surgiram, a tecnologia passou a existir e as comissões ficaram pequenas diante desse cenário.

No início deste século, o aumento da concorrência, o conseqüente surgimento de clientes mais exigentes e a queda das comissões recebidas pela venda de serviços fizeram baixar o volume de dinheiro no caixa das agências. Se antes elas podiam se dar ao luxo de cometer erros nos processos administrativos e manter estruturas com baixa produtividade, hoje elas precisam enxugar as operações ao máximo e aumentar a produtividade e a qualidade dos procedimentos internos. Investimentos estratégicos em tecnologia são básicos para modernizar os processos e garantir a competitividade no mercado, agregando maior valor aos clientes. (Marín, 2004, p. 30).

2.4. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NAS AGENCIAS DE VIAGENS

Ao longo do tempo e principalmente com a criação da internet e a tecnologia avançada a cada dia, tornou-se difícil para as agências lidar com a concorrência, tendo em vista que os setores que antes trabalhavam em conjunto com as agências, nos dias atuais, trabalham de forma a fidelizar os clientes e tornar possível para eles fazer a compra de seus serviços sem o intermédio da agência por exemplo.

As pessoas não são mais obrigadas a usar agências para contratar suas viagens e os fornecedores estão fazendo todo o possível para atrair os viajantes diretamente. Sendo assim, a única alternativa que o agente de viagens tem para manter sua clientela é oferecer outros benefícios. MARÍN (2004, P, 36).

Marín explica que com o avanço da tecnologia, principalmente da internet, tornou-se difícil manter a clientela, por isso muitas agências chegaram a fechar as portas, outras por muito pouco, não declararam falência. Assim as que sobreviveram aos impactos das mudanças, tiveram que se adaptar e reinventar sua forma de trabalho.

“Mas a consolidação da internet como meio de comunicação universal trouxe aos fornecedores a sonhada oportunidade de atingir diretamente seus consumidores e, com isso, a necessidade de reestruturação de seus canais de venda. ” Marín, 2004, p, 36.

Para muitas agências a internet surgiu como um grande presente, pois através dela tornou-se possível agenciar clientes do mundo todo, havendo uma transformação nos canais de venda, investindo-se em tecnologia, em capacitação para os funcionários e buscando acertar-se mais do que se errava, já que a concorrência se tornou forte.

Marin, 2004, p. 107 afirma que “A tecnologia vem obrigando as agências de viagens a mudar a sua forma de trabalhar com velocidade muito maior do que essas empresas estavam até então acostumadas”.

Conforme Marin, as agências de antigamente trabalhavam de forma mais lenta, pois não tinham uma maneira de agilizar os processos, porém com o advento da tecnologia, foi possível mudar esse cenário e ter mais agilidade no processo de venda. Isso levou a várias agências de viagens, transformarem o seu jeito de trabalhar, muitas delas souberam conciliar tecnologia e os processos desenvolvidos, outras foram mais relutantes para se adaptarem ao novo modelo que se instalava.

Com menos de duzentos anos de historia, o agenciamento de viagens tem passado por constantes transformações que tem feito esse setor evoluir de forma impressionante. As mudanças não cessam e, portanto, pode-se afirmar que o agenciamento encontra-se ainda em processo de maturação, sendo, por esse motivo, uma atividade instável. (Marin, 2004, p. 27)

Para Marin, as agências de viagens passam por diversas transformações ao longo do tempo, e entende-se que várias mudanças podem ocorrer a qualquer momento, o que pode ser positivo ou negativo para esses estabelecimentos.

A internet beneficiou muitas agências, mas também ocasionou o fechamento de muitas, dessa maneira como afirma Marin, as agências estão em constante processo de amadurecimento, tornando-se um empreendimento incerto para alguns.

3. TURISMO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Entende-se que diversas mudanças ocorreram ao longo do tempo no setor turístico em especial no agenciamento, a internet trouxe inovação e informação, e através dela foi possível ter conhecimento de assuntos antes não tratados como relevantes.

Percebe-se que ocorreram mudanças ambientais ocasionados pelos próprios seres humanos e o setor turístico tem a sua parcela de culpa, pois para ocorrer turismo é preciso ambiente para desenvolver suas atividades, e assim, ter-se oferta e demanda.

É inegável o compromisso da atividade turística com a conservação da diversidade biológica, ou biodiversidade, considerada o recurso global composto pela variedade e variabilidade de todas as formas de vida no planeta Terra, sejam elas de ocorrência natural ou domesticadas pelo homem. Uma das maiores motivações das viagens dos turistas se manifesta pela “fuga” dos ambientes urbanos e poluídos e pela “busca” do contato com a natureza (ou biodiversidade) preservada. RUSCHMANN (1997, p 75).

Com a correria nas grandes cidades, muitos turistas têm motivação para fazer algo que os remova do ambiente poluído em todos os sentidos, e buscam-se alternativas em empreendimentos que tenham uma visão de responsabilidade e preservação do meio ambiente. O turismo e o meio ambiente sempre andaram lado a lado, uma vez que sem o meio não se pode ter o turismo, desta maneira é interessante haver programas e práticas que preservem qualquer meio utilizado pelo turismo, visto que para alcançar a satisfação do cliente sempre necessitara de ambientes preservados e que ficaram na mente de quem conhecer ou utilizar para sempre.

Quando se trata de um equipamento turístico, seja ele qual for já não se pode pensar apenas na valorização do patrimônio ou na administração do seu desenvolvimento, sem considerar seus efeitos sobre a comunidade receptora, a economia e a sociedade das localidades e, sobre o meio natural. RUSCHMANN (1997, p 80).

No turismo existirão sempre pontos positivos e negativos tanto na sociedade quando no meio em que se desenvolve, dessa maneira é importante que os seus

desenvolvedores tidos como agentes, empresários, empresas, tenham em mente que não podem pensar somente no seu retorno financeiro, mas também na sociedade onde a atividade é exercida, buscando introduzir os indivíduos nas atividades a serem desenvolvidas.

Não menos importante se tem o meio natural que em grande parte das vezes é explorado sem preocupação. Entende-se que independente da atividade e de seus desenvolvedores, não se deve pensar em criar algo sem ter a preocupação com o meio natural, pois uma atividade mal desenvolvida pode trazer muitos prejuízos para o meio ambiente e para a sociedade, afetando fauna, flora e ser humano.

Os conceitos de desenvolvimento sustentável e de turismo sustentável estão intimamente ligados à sustentabilidade do meio ambiente, principalmente nos países menos desenvolvidos. Isso porque o desenvolvimento e o desenvolvimento do turismo em particular dependem da preservação da viabilidade de seus recursos de base. Encontrar o equilíbrio entre os interesses econômicos que o turismo estimula e um desenvolvimento da atividade que preserve o meio ambiente não é tarefa fácil, principalmente porque seu controle depende de critérios e valores subjetivos e de uma política ambiental turística adequada que ainda não se encontrou no Brasil e em vários outros países (Ruschmann 1997, p 109).

A autora afirma que nos países desenvolvidos o conceito de sustentabilidade ocorre, e percebe-se que o desenvolvimento sustentável e o turismo andam lado a lado e conseguem relacionar-se de maneira lucrativa e respeitosa. Porém em países subdesenvolvidos a ligação entre sustentabilidade e o turismo sustentável é mais complexo, visto que para desenvolver algum negócio o desenvolvedor terá que utilizar determinado espaço natural e muitas das vezes não é respeitado o ambiente natural e nem sociedade.

Mesmo sem incentivos para ligar essas duas práticas e desenvolver-se certa atividade que possa conciliar meio ambiente preservado e desenvolvimento financeiro, é importante encontrar um equilíbrio entre os interesses econômicos dos empreendimentos e a preservação do meio ambiente. Percebe-se que não é uma tarefa fácil, mais ainda quando as políticas públicas são falhas.

3.1 NOVAS REGRAS E NOVAS NECESSIDADES

Nos dias atuais é extremamente relevante tratar as questões ambientais dentro das grandes e pequenas empresas, pois não se deve somente apropriar-se de determinado espaço sem considerar as possíveis agressões à natureza. Desta forma percebe-se a importância de cada empresário e gestor fazer a orientação dos seus colaboradores perante este assunto.

Atualmente muitos empresários já se conscientizaram de que seus interesses se situam em ambientes preservados e que não podem se apropriar de um capital e degrada-lo, pois ele não lhes pertence, mas sim às gerações futuras. RUSCHMANN (1997, p 127).

A conscientização das pessoas, especificamente dos empresários em relação à preservação do meio ambiente vem crescendo, graças a vários motivos, um deles é a escolha do cliente por empreendimentos que respeitem o meio ambiente, desta maneira, contribui-se para a preservação do meio para as gerações futuras.

Além de buscar a sustentabilidade nas atividades a serem desenvolvidas, é possível através dessas maneiras de trabalho obter mais clientes e fidelizá-los de modo que satisfeitos com o investimento, há grandes chances de retornarem para fazer outras atividades; comprarem outros pacotes turísticos e ou indicarem o empreendimento para diversas pessoas.

Agindo desta maneira, torna-se um diferencial no negócio, conduzindo para um mercado mais competitivo e acirrado. Assim os clientes terão várias opções de escolha e poderá escolher da maneira que melhor desejar, tendo em vista preço, qualidade, locais, e até mesmo o interesse sobre a preservação do meio natural.

O mercado turístico, como todos os outros setores, apresenta particularidades e características distintas que, se bem conduzidas, redundam em um diferencial competitivo de negócios. SANTOS; KUAZAQUI (2004, p 17).

Todo negócio apresenta peculiaridades, chamado diferencial e ele proporciona ao empresário sobressair-se sobre os demais do seu setor, tornando o chamativo para os clientes que buscam qualidade, bem estar e bom preço. Tudo dependerá da maneira como as atividades serão desenvolvidas pelo gestor.

A mudança de paradigma que vem alterando o mercado do turismo obriga as agências a adaptarem suas estratégias às novas regras do mercado e as novas necessidades de seus clientes. Poder-se-ia dizer que o mercado trocou o prego por um parafuso e agora os agentes de viagens precisam inventar uma chave de fenda, porque seu martelo não tem mais utilidade. (Marin, 2004, p. 29)

O autor afirma que as agências são obrigadas a se reinventar para se encaixar no mercado turístico, as estratégias desses estabelecimentos precisam ser voltadas para o mercado em transformação e novas estratégias necessitam ser idealizadas para captação e satisfação de clientes exigentes.

O viajante do século XXI é uma pessoa experiente, bem informada, independente e com uma visão muito crítica sobre a prestação de serviços. Sua experiência em viagens anteriores, unida às informações recebidas de colegas, parentes e conhecidos lhe confere a confiança necessária para organizar suas viagens de forma relativamente autônoma. Nesse sentido, a estruturação da oferta turística internacional, a consolidação de diversos destinos turísticos e o crescimento da internet como meio de comunicação têm sido fatores determinantes. No fim das contas, os viajantes do século XXI cobram dos agentes maior rapidez, menor preço e informações mais precisas. (Marín, 2004, p. 36)

3.2 MEIO AMBIENTE: CONCEITOS

Mudanças acontecem a todo o momento no mundo, pode-se ter como exemplo de maneira abrangente mudanças no turismo e mais específico nas agências. O ser humano está em constante movimento e o meio ambiente, os espaços naturais e artificiais acompanham-no nessas transformações, mesmo que negativamente.

Para RAMOS (2004) apud MUKAI (1998, p. 3), a expressão meio ambiente “tem sido entendida como a interação de elementos naturais, artificiais e culturais que propiciam o desenvolvimento equilibrado da vida do homem”.

O autor afirma que o meio ambiente é um agrupamento de vários elementos tidos como artificiais, naturais e culturais, e entre os vários grupos de elementos, encontra-se o homem que está em constante movimento procurando se desenvolver e tentando conciliar meio natural e artificial em suas vidas.

Meio ambiente é coleção de coisas naturais. É o conjunto de factores físicos, biológicos e químicos que envolvem os seres vivos, tanto exercendo

influência sobre eles quanto por eles sendo influenciados. Entretanto, apesar de representar a própria vida na Terra, meio ambiente não é o todo ambiente. TELLES; BRAGA (2004, p. 25).

Segundo os autores, o meio ambiente é um conjunto de elementos que são influenciados ou influenciam, pois os rumos que o homem dá às coisas naturais podem surtir efeitos que mudaram suas rotinas, um exemplo são as chuvas em excesso, que causam morte, desabrigam milhares de pessoas e forçam que as mesmas mudem completamente sua rotina, por um período de tempo ou para a vida toda, assim acontece quando novamente o homem provoca alguma mudança na natureza e ela é obrigada a adaptar-se, como ocorre com a construção de hidrelétricas, que causam muitos impactos sociais, uma vez que pessoas são deslocadas das comunidades, por que a área em que habitam sofrerá com inundações para construções de lagos.

No meio natural às áreas alagadas ficam destruídas para sempre, causando o desaparecimento do habitat natural de muitas espécies da fauna e ou da flora.

Não é errado tirar da natureza o que ela nos proporciona, mas é prejudicial tirar e não repor, pensando que ela por se só conseguirá se reerguer e reconstruir-se rapidamente, como se pensava há décadas atrás, onde achava-se que o meio natural era infinito e tantos impactos negativos, muitos deles irreversíveis ocorreram.

3.3. RESÍDUOS SÓLIDOS

Levando-se em consideração que o Meio Ambiente vem sofrendo graves transformações ao longo do tempo e que cada vez mais esse fator afeta os seres humanos, é relevante debater sobre a quantidade de lixo gerado, pois é nítido que um dos grandes vilões das questões ambientais é o lixo.

De acordo com MONTEIRO (2001, p. 25 apud Associação Brasileira de Normas Técnicas-ABNT) o lixo são os “restos das atividades humanas, considerados pelos geradores como inúteis, indesejáveis ou descartáveis, podendo-se apresentar no estado sólido, semi-sólido ou líquido, desde que não seja passível de tratamento convencional.”

O lixo ou resíduos sólidos, são considerados restos que são inúteis para o ser humano, apresentam-se de diversas formas, e por serem desnecessários são descartados para não haver acúmulos e transtornos.

Nós vivemos uma situação de enorme gravidade se considerarmos que, no modelo atual de consumo e de produção, já consumimos mais do que a capacidade de renovação dos recursos naturais. Nós estamos consumindo 20% a mais do que a Terra consegue sustentar. E mais do que isso: se toda a população do mundo consumisse como os norte-americanos e europeus, que têm um padrão mais alto de consumo, hoje, nós precisaríamos de quatro planetas Terra. (TRIGUEIRO 2005, p. 26)

Os resíduos sólidos sempre acompanharam o ser humano, mas em tempos passados eles não eram um grande problema, porém nos dias atuais, os mesmos tornaram-se um grande transtorno para a sociedade, pois os hábitos do social não são os mesmos, o consumo, principalmente nos países capitalistas, é em massa, e isso se torna uma das principais causas que aumentam o índice de descarte dos resíduos sólidos, que em grande maioria ou se não todas às vezes, são descartados de maneira totalmente inadequada e prejudicial ao meio ambiente, o que implica prejuízos e danos aos seres humanos, pois a natureza não seleciona quem irá atingir quando catástrofes ocorrem, alcançando, tanto ricos como pobres.

Os resíduos sólidos constituem uma preocupação ambiental mundial, especialmente em centros urbanos. Os resíduos, quando coletados e tratados inadequadamente, provocam efeitos diretos e indiretos na saúde da população e contribuem para degradação do ambiente. (Oliveira 2009, p. 2425)

Para a natureza não importa cor ou classe social, o que o homem faz de negativo para o meio natural, causa consequências que atingem as pessoas direta e indiretamente. Pode-se citar dentre essas consequências, a falta de água e as alagações fora de época.

O que se busca é um desafio: o resgate da relação harmônica do homem com a natureza. O descompasso atual dessa relação se traduz em prejuízos para ambos. Essa realidade tem ensejado uma reação, quase sempre agressiva, da natureza evidente no aumento do nível dos oceanos, furacões, enchentes, secas, alterações climáticas, etc. o comportamento do ser humano, movido pelo egoísmo e desejo de riquezas materiais, tem sido a causa desses desequilíbrios. (BRAGA, TELLES 2004, p. 72).

É um desafio unir homem e natureza nos dias atuais, já que infelizmente grande parte dos homens atuais, são movidos por lucro, pelo crescimento e pouco se importam com o meio natural e social, por isso a natureza se mostra de forma agressiva, ocasionando diversas ações que trazem complicações não somente para o ser humano, mas para todos os seres vivos.

O próprio homem é o grande causador das catástrofes ocorridas, pois os atos egoístas só levam ao caos e a destruição, assim tanto a natureza que sofre com os impactos gerados pelo homem e o próprio homem que sofre com as catástrofes da natureza, têm prejuízos.

Na maioria das vezes, o ser humano ainda se exclui da responsabilidade nas degradações ambientais. Esse comportamento do indivíduo é uma evidência da indiferença e falta de consciência e compromisso com a vida. É, sobretudo, fruto de uma visão limitada e negativa em termos de cidadania, uma vez que diante dos riscos vividos pelo planeta, com seus ecossistemas ameaçados, urge que cada cidadão compreenda que é parte desse mundo e que deve lutar para evitar a destruição das condições naturais indispensáveis para a continuidade da vida. (BRAGA, TELLES 2004, p. 72).

Na maioria das vezes o ser humano não se preocupa com os fortes impactos que o meio ambiente vem sofrendo, pois possuem um comportamento descompromissado com a vida. Essa visão é extremamente prejudicial, pois diante de todas as desordens que o mundo vem sofrendo e comprometendo diretamente o ser humano, pensar somente em si só irá agravar ainda mais o que já está em estado crítico.

É importante que cada pessoa faça sua parte para melhorar o mundo que atualmente, encontra-se em estado alarmante, pois se cada um fizer a sua parte e contribuir para que não haja geração de resíduos sólidos desnecessários, será uma grande contribuição da humanidade para o mundo, e tudo isso só trará benefícios para o ser humano.

OLIVEIRA, 2009 apud CONAMA em sua Resolução nº 5/93, do artigo 1º, I, “os resíduos podem resultar de atividades da comunidade de origem industrial, doméstica, hospitalar, comercial, agrícola, de serviços e de varrição”.

3.1.1. Lei nº 12.305, de 2 Agosto de 2010

O mundo encontra-se diante de um grave quadro em relação ao lixo produzido, tornou-se indispensável criar políticas e leis que auxiliem ainda mais as ações voltadas para essa situação.

A Lei nº 12.305, foi criada recentemente com o intuito de trazer mais crescimento para as ações destinadas ao tratamento e descarte dos resíduos sólidos gerados no país, pois a forma que esses rejeitos estavam sendo tratados trouxeram problemas sociais e econômicos. Essa lei tem como proposta a formação de hábitos que proporcione a reciclagem, a reutilização e a destinação adequada dos rejeitos. Institui também o compartilhamento da geração dos resíduos sólidos.

A Lei nº 12.305/10, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) é bastante atual e contém instrumentos importantes para permitir o avanço necessário ao País no enfrentamento dos principais problemas ambientais, sociais e econômicos decorrentes do manejo inadequado dos resíduos sólidos. Institui a responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos: dos fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, o cidadão e titulares de serviços de manejo dos resíduos sólidos urbanos na Logística Reversa dos resíduos e embalagens pós-consumo e pós-consumo. (MMA, 2018).

Dentre os Artigos dessa Lei, destacamos alguns como:

Art. 1º Esta Lei institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis.

Art. 2º Aplicam-se aos resíduos sólidos, além do disposto nesta Lei, nas Leis nºs 11.445, de 5 de janeiro de 2007, 9.974, de 6 de junho de 2000, e 9.966, de 28 de abril de 2000, as normas estabelecidas pelos órgãos do Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama), do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS), do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa) e do Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Sinmetro).

Art. 8º São instrumentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, entre outros:

I - os planos de resíduos sólidos;

II - os inventários e o sistema declaratório anual de resíduos sólidos;

III - a coleta seletiva, os sistemas de logística reversa e outras ferramentas relacionadas à implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos;

Art. 13. Para os efeitos desta Lei, os resíduos sólidos têm a seguinte classificação:

I - quanto à origem:

a) resíduos domiciliares: os originários de atividades domésticas em residências urbanas;

b) resíduos de limpeza urbana: os originários da varrição, limpeza de logradouros e vias públicas e outros serviços de limpeza urbana;

c) resíduos sólidos urbanos: os englobados nas alíneas “a” e “b”;

d) resíduos de estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços.

Art. 47. São proibidas as seguintes formas de destinação ou disposição final de resíduos sólidos ou rejeitos:

I - lançamento em praias, no mar ou em quaisquer corpos hídricos;

II - lançamento in natura a céu aberto, excetuados os resíduos de mineração;

III - queima a céu aberto ou em recipientes, instalações e equipamentos não licenciados para essa finalidade;

Art. 51. Sem prejuízo da obrigação de, independentemente da existência de culpa, reparar os danos causados, a ação ou omissão das pessoas físicas ou jurídicas que importe inobservância aos preceitos desta Lei ou de seu regulamento sujeita os infratores às sanções previstas em lei, em especial às fixadas na Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, que “dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências”, em seu regulamento.

Por fim, a Lei entrou em vigor a partir data de sua publicação, no dia 2 de agosto de 2010, sancionada pelo presidente da Republica Luiz Inácio Lula da Silva.

3.4. O CONSUMISMO

A origem dos graves transtornos causados pelo lixo origina-se pelo elevado consumo desnecessário, muita das vezes somente para satisfazer egos. Compreende-se que as relações sociais nos dias atuais são voltadas mais para o possuir do que para o ser, para a economia isso é um fator interessante, pois quanto mais consumos existem, mais retorno financeiro terá.

O ato do consumo é pertencente à vida humana contemporânea, pois baliza as relações sociais e faz parte da dinâmica da economia. No entanto, para muitos, o padrão consumista da sociedade contemporânea estaria conduzido a um consumo desnecessário, ostentatório, excessivo e perdulário, com decisivos impactos sobre a sustentabilidade ambiental. (Costa, 2011)

“A avassaladora farra consumista desencadeada a partir da Revolução Industrial, potencializada com o avanço tecnológico dos meios de produção e universalização pela mídia na era da globalização, está custando caro ao planeta (TRIGUEIRO 2005, p.21)”.

Não se pode descartar o fato de que a globalização trouxe ao mundo muitos acontecimentos positivos, porém, existem também os acontecimentos negativos, que dentre os quais, encontra-se o consumo desenfreado, onde causa uma série de problemas para o planeta terra.

Os recursos naturais são uns dos mais prejudicados, pois para produzir mais, para satisfazer as “necessidades” de uma sociedade extremamente consumista, é preciso explorar muito mais os recursos naturais.

Ainda assim, a demanda por matéria-prima e energia cresce, precipitando o mundo na direção de um impasse civilizatório: ou a sociedade de consumo enfrenta o desafio da sustentabilidade ou teremos cada vez menos água doce e limpa, menos florestas, menos solos férteis, menos espaços para a monumental produção de lixo e outros efeitos colaterais desse modelo suicida de desenvolvimento. (TRIGUEIRO 2005, p. 22).

Com o crescimento da demanda por matéria-prima, mais energia e água precisam ser consumidos, porém o mundo vem sofrendo com a falta de água, e a sociedade consumidora deve enfrentar isso como um desafio de sustentabilidade a

ser cumprido, caso contrário, o planeta sofrerá com mais efeitos colaterais, podendo ocasionar o fim da humanidade em um período curto.

Todos os dias vários Kg de lixo são gerados por cada ser humano, seja na simples refeição que fazem como o café da manhã, ou até mesmo, no gerenciamento e desenvolvimento de alguma atividade econômica.

Os resíduos Sólidos são os materiais que sobram das atividades humanas, e possuem, na maioria das vezes, potencial para serem reciclados e/ou reutilizados, entre outros benefícios, proteção à saúde pública, economia de recursos naturais e de energia.

Além de causar para muitas pessoas melhoria de vida levando em consideração a renda obtida por aqueles que trabalham com a coleta do “lixo” que é inútil para os que descartam e que torna-se útil para as pessoas que coletam e vendem os resíduos sólidos descartado por muitos de forma inconsciente e sem necessidade, a coleta de lixo feita pelos catadores tem um papel fundamental para diminuir a poluição no mundo, pois através das ações que eles realizam, tirando o lixo das ruas, esgotos e lixões irregulares, dando-lhes um novo destino, contribuem para um planeta Terra melhor.

Estima-se que existam hoje 500 mil catadores no Brasil. Invariavelmente, são pessoas com idade acima de 30 anos, baixa escolaridade e muitas dificuldades de encontrar vagas no mercado de trabalho formal. Esses são os verdadeiros excluídos. (TRIGUEIRO 2005, p. 45)

Segundo o Art 6º da Lei N. 12.305, de 2 de agosto de 2010, reconhecida como Política Nacional de Resíduos Sólidos, tem como uns dos princípios e objetivos, “o reconhecimento do resíduo sólido reutilizável e reciclável como um bem econômico e de valor social, gerador de trabalho e renda e promotor de cidadania;”

Os resíduos sólidos, em sua grande parte, podem ser reaproveitados de diversas maneiras e com isso, trazer melhorias diretas e indiretas para a sociedade.

A preocupação com a geração e descarte de resíduos sólidos deve ser considerada em vários tipos de mercado, tratando-se do mercado turístico, é de grande relevância que aja envolvimento de todos que desenvolvem as atividades do setor turístico, tornando a preocupação de um simples negócio com o meio, uma forma de envolver todos (colaboradores, gestores, empreendedores, empresários, entre outros) e não somente dos que gerenciam.

Cada um de nós, independentemente do poder aquisitivo, pode fazer a sua parte na construção de uma nova sociedade de consumo, em que a compra de cada produto ou serviço, seja precedida de alguns pequenos cuidados. Dar preferência aos fabricantes ou comerciantes comprometidos com energia limpa, redução e reaproveitamento de resíduos sólidos, reciclagem de água, responsabilidade social corporativa e outras iniciativas sustentáveis e um bom começo. Assim como checar se o que pretendemos adquirir é realmente necessário e fundamental. (TRIGUEIRO 2005, p. 22)

3.5. CONSUMO CONSCIENTE

O consumismo extremo ainda é muito evidente na sociedade, e isso pode ser atribuído por uma série de fatores, porém, uma parcela da sociedade, considerada ainda pequena, preocupa-se com as questões ambientais, visto que através de várias ações, tanto ambientais, como de ativistas que lutam por essas causas e pelas causas sociais, e que ganham muita evidência através das redes sociais, tornou-se possível alcançar uma consciência mais crítica por parte das pessoas em relação ao que degrada o meio ambiente.

Leva-se em consideração se a empresa está fazendo investimentos na área de meio ambiente ou na comunidade, em ações sociais. Dos consumidores conscientes, por exemplo, 42% dizem que o primeiro critério para escolher um produto é se a empresa investe no meio ambiente ou não, enquanto 28% dizem que o primeiro critério é se a empresa faz ações sociais ou não. Portanto, esse é um novo atributo no ato da compra. As empresas que tradicionalmente vieram se preocupando com preço, qualidade, inovação, atendimento ao consumidor, vão ter de se preocupar com outras questões, isto é, com o bem-estar da sociedade como um todo. (TRIGUEIRO 2005, p.27)

Mais do que oferecer um produto de qualidade e que contenha vários atributos positivos em relação a outros, a empresa deve preocupar-se com as questões ambientais e sociais que o produto oferecido irá trazer para ambos, pois alguns clientes estão sendo sensibilizados em relação ao meio ambiente e observam este diferencial ao adquirir algum produto ou serviço.

O alto consumo está longe de deixar de acontecer, isso é impossível, pois as pessoas precisam consumir água, alimento, roupas e etc., porém é fundamental que as pessoas façam uma reflexão a respeito do que consumir e de que forma elas devem consumir. Para uma melhor reflexão, existe nas políticas no meio ambiente a política dos 4Rs.

O primeiro é o repensar, é a reflexão sobre o ato de consumo, que leva naturalmente a reduzir, porque você não precisa de tudo o que você está consumindo; a reutilizar, porque algumas das coisas que você compra podem ser utilizadas continuamente, sem precisar comprar de novo; e reciclar, dado os enormes impactos que a reciclagem tem sobre a sociedade e o meio ambiente. (TRIGUEIRO 2005, p. 28)

É de fundamental importância que surjam muito mais consumidores conscientes, pois os consumidores não conscientes representam uma enorme ameaça para o planeta Terra. Percebe-se a importância de estimular as crianças desde a formação de seus valores, a preocuparem-se com tudo o que irá impactar o meio, para que elas cresçam e não precisem ser reforçadas sobre o consumo consciente, já que isso fará parte delas, em contra partida, os adultos precisam de esforços e para se tornarem consumidores conscientes, visto que não tiveram uma educação ambiental que os fizessem menos consumistas, menos degradadores e menos impactantes.

3.6. GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Hoje em dia, a situação do meio ambiente obriga-nos a preservar os recursos naturais, para isso é necessário também que aja um desenvolvimento social justo, para que dessa forma a sociedade tenha qualidade de vida.

Para consolidar um novo modelo de desenvolvimento sustentável é importante buscar alternativas de utilização dos recursos, é interessante ter uma racionalidade ambiental e uma ética de solidariedade.

Segundo o Art 9º da Lei N. 12. 305 de 2 de agosto de 2010, reconhecida como Política Nacional de Resíduos Sólidos, no Art 9º das disposições preliminares, afirma-se que “Na gestão e gerenciamento de resíduos sólidos, deve ser observada

a seguinte ordem de prioridade: não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento dos resíduos sólidos e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos.”

Ainda segundo a Lei N. 12. 305 de 2 de agosto de 2010, no Art 7º, são objetos da Política Nacional dos Resíduos Sólidos, “não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento dos resíduos sólidos, bem como disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos;” e “estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços;”

Os artigos afirmam que na gestão de resíduos sólidos devem-se ter objetivos que induzam a geração mínima de resíduos sólidos, e que esses sejam reutilizados quando possível, tendo uma destinação final adequada, isso torna-se possível quando uma ordem de prioridade é seguida e um planejamento é elaborado.

É evidente um processo de mudança quanto à maneira do ser humano de se relacionar com o meio ambiente. Fica claro que mesmo no setor produtivo, é crescente o número de empreendedores e empresas que buscam compatibilizar o processo produtivo com medidas capazes de atenuar os impactos sobre os ecossistemas. BRAGA, TELLES (2004, p. 104).

A gestão de resíduos sólidos pode melhorar o desempenho das agências de turismo, pois causa uma imagem melhor para a comunidade, para os clientes e colaboradores. Isso se torna um diferencial diante de outros concorrentes. Mesmo que os clientes não escolham uma agência por se preocupar com o meio ambiente, o fato de possuir iniciativas que ajudem mesmo que de forma singela o meio, pode ser importante para a tomada de decisão de um turista ao comprar algum pacote da agência.

A superação dessas ameaças só ocorrerá com o forjamento de uma nova sensibilidade, fundada na percepção de que o zelo e o cuidado são à base de um novo relacionamento a ser construído, em que segundo o ponto de vista de Leonardo Boff, “o cuidado pressupõe uma ética de respeito, atitude básica exigida diante do sagrado”. Esse novo olhar se estende para o meio ambiente, pois o planeta Terra é a nossa casa, é o espaço que garante a nossa sobrevivência. Se conseguirmos alcançar esse nível de sensibilidade, testemunharemos o surgimento de novas posturas diante da natureza. BRAGA, TELLES (2004, p.72).

Mas do que criar novas rotinas e simplesmente forçar os funcionários a se importarem com os resíduos, planejar alguns programas de descarte nas agências podem levar a uma verdadeira mudança de pensamento a respeito do lixo gerado, pois a sensibilização pode contribuir para um pensamento mais crítico sobre o descarte inadequado dos resíduos.

3.6 POLÍTICA DOS 3Rs: REDUZIR, REUTILIZAR E RECICLAR

Sensibilizar as pessoas para o pensamento crítico em relação ao descarte do lixo, ao consumo exagerado e inadequado, é importante para a mudança de postura da sociedade perante as questões ambientais.

Entre as várias ações e políticas voltadas para esse tema, tem-se a política dos 3 R's que consiste num:

Conjunto de medidas que foram adotadas na Conferência da Terra realizada no Rio de Janeiro em 1992, e também no 5º Programa Europeu para o Ambiente e Desenvolvimento de 1993. Esta política aplica-se e é válida para todo o tipo de resíduos, efluentes sólidos, líquidos e gasosos (Silva, 2017, p.4 apud Quintela, 2015, p. 191).

Reduzir: tem como objetivo diminuir o consumo de bens e serviços, sempre utilizando o necessário e tentar evitar ao máximo o desperdício. O Ministério do Meio Ambiente, 2017 aponta que “uma das alternativas é não desperdiçar sacolas plásticas usando sacolas retornáveis. Isto significa reduzir o quantitativo de sacolas plásticas e praticar a racionalização de embalagens”.

Reutilizar: tem como maior ponto positivo o prolongamento da vida útil dos produtos, reciclando os produtos e voltando-os ao mercado e comercialização, para o uso do consumidor. Neste ponto o desenvolvimento sustentável seria colocado em prática, pois diminuiria o consumo de energia para a fabricação de alguns produtos e redução da extração de matéria-prima.

Reciclar: este planejamento começa no destino dado ao lixo domiciliar e em âmbito geral. Separação correta de lixo orgânico e inorgânico. Todo o processo de transformação desses materiais evita o desperdício e reduz a poluição, além da emissão de gases de efeito estufa.

Para a reciclagem realmente funcionar é importante que a coleta seletiva se faça existente. Conforme o Ministério do Meio Ambiente, 2018 qualquer pessoa pode ser responsável pela coleta seletiva, desde os órgãos públicos até os cidadãos.

Coleta seletiva é a coleta diferenciada de resíduos que foram previamente separados segundo a sua constituição ou composição. Ou seja, resíduos com características similares são selecionados pelo gerador (que pode ser o cidadão, uma empresa ou outra instituição) e disponibilizados para a coleta separadamente. (MMA, 2018).

Dessa maneira a Política Nacional de Resíduos Sólidos estabeleceu que a coleta seletiva nos municípios fosse feita entre resíduos recicláveis secos e rejeitos. Conforme:

“os resíduos recicláveis secos são compostos principalmente por metais como aço e alumínio, papel, papelão, tetrapak, diferentes tipos de plásticos e vidro. Já os rejeitos que são os resíduos não recicláveis, são compostos principalmente por resíduos de banheiros (fraldas, absorventes, cotonetes...) e outros resíduos de limpeza. Há, no entanto, uma outra parte importante dos resíduos que são os resíduos orgânicos, que consistem em restos de alimentos e resíduos de jardim (folhas secas, podas...). Por este motivo, alguns estabelecimentos e municípios tem adotado a separação dos resíduos em três frações: recicláveis secos, resíduos orgânicos e rejeitos.(MMA,2018)

3.6.1 Política dos 5Rs: Repensar, Recusar, Reduzir, Reutilizar ou Reaproveitar e Reciclar

Compreende-se que a política dos 3Rs tornaram possível um grande diferencial para as empresas e indivíduos. Além desta política, criou-se a dos 5Rs, acrescentou-se repensar e recusar.

A passagem da política dos 3 R's para a política dos 5 R's a qual visa uma consciência ambiental, com mudanças comportamentais com a finalidade de garantir a qualidade de vida, a preservação e a conscientização ambiental, incluindo o homem como parte integrante do meio ambiente. SILVA (2017, p. 6)

Os 5 R's fazem parte de um processo educativo que tem por objetivo uma mudança de hábitos no cotidiano dos cidadãos (MMA, 2017).

Entende-se a importância de induzir o cidadão a repensar seus valores e práticas, reduzindo o consumo exagerado e o desperdício, sucessivamente obtendo o reaproveitamento dos materiais no desenvolvimento da reciclagem.

Assim, ficou estabelecido que as principais ações para se alcançar a sustentabilidade ambiental são: repensar, reduzir, recusar, reutilizar e reciclar. (SILVA, 2017, p 6).

Repensar: refletir sobre os processos socioambientais de produção, desde a matéria-prima, passando pelas condições de trabalho, distribuição, até o descarte. Repensar a real necessidade de consumo aos nossos hábitos significa exercer controle social sobre a cadeia e produção de consumo.

Nesse cenário, uma das soluções apontadas é a transformação do modo de consumir, permitindo que os cidadãos tomem as decisões acertadas em seus atos de consumo, adquirindo consciência do impacto coletivo, ambiental e social em que se traduzem suas opções individuais de consumo para a promoção da qualidade de vida e do desenvolvimento local. COSTA; TEODÓSIO, (2011, p.20).

Surgem alguns questionamentos que podem ser feitos para os consumidores:

- Será que compra-se o que realmente precisa?
- Será que algumas vezes compra-se por impulso e acaba-se cometendo desperdícios?
- Quando se compra algo novo, o que é feito com o antigo?
- É reaproveitado ou jogado no lixo?
- Se for descartado, de que forma é descartado?
- É utilizado o sistema de coleta seletiva para o descarte do lixo?

Na sociabilidade dos dias atuais, as identidades dos cidadãos se configuram pelo consumo, e o *status*, muitas vezes, pode ser medido pelo que se consome. Os objetos não seriam adquiridos exclusivamente por sua utilidade, mas aliariam o prestígio simbolizado por sua posse. Nesse contexto, o ato de consumir poderia contribuir tanto para a satisfação de necessidades, melhorando a qualidade de vida e favorecendo o desenvolvimento local, quanto para a exploração dos recursos naturais e o aumento da desigualdade social. COSTA; TEODÓSIO, (2011, p.25).

Pode-se afirmar que essas e outras perguntas podem ser feitas aos consumidores, tentando fazer com que eles reflitam sobre suas atitudes e até mesmo fazendo com que eles reflitam sobre o descarte e consumo negativo.

A questão seria como se consome, o significado dessa prática, seus impactos na vida social, os limites que permeariam o ato de consumir e as atitudes que os cidadãos precisam desenvolver, tanto no plano individual quanto na esfera pública, sobretudo em suas interações com atores da sociedade civil, do Estado e do mercado, para tornar o consumo mais sustentável. COSTA; TEODÓSIO, (2011, p.26).

Conforme (Silva, 2017, p.7 apud Alkmin 2015, p. 35) repensar “É o ato de pensar de novo, pensar duas vezes, refletir. Antes de efetuar qualquer compra refletir sobre a real necessidade da aquisição, se não está sendo levado a comprar por impulso”.

Recusar: evitando consumo exagerado e desnecessário, adquirindo apenas produtos essenciais. Recusar produtos que causem danos ao meio ambiente e/ou para nossa saúde. Quando se recusa produtos que prejudicam a saúde e o meio ambiente contribui-se para um mundo mais limpo (Silva, 2017, p.7 apud Alkmin 2015, p. 35)

Reduzir: principalmente na diminuição da criação de lixo. Desperdiçando menos produtos e matéria-prima, consumo somente o necessário, redução no uso e fabricação de embalagens.

Trata-se de Consumir menos produtos, dando preferência aos que tenham maior durabilidade. (Silva, 2017, p.7 apud Alkmin 2015, p. 35).

Uma forma de reduzir é: adquirir refis de produtos; escolher produtos que tenham menos embalagens ou embalagens econômicas; dar prioridade às embalagens retornáveis; adquirir produtos a granel; ter sempre sua sacola de compras ao invés de utilizar as sacolinhas de plástico; usar a criatividade e fazer bijuterias, brinquedos e presentes personalizados utilizando materiais recicláveis; utilizar pilhas recarregáveis ao invés de pilhas alcalinas; e utilizar lâmpadas econômicas (Silva, 2017, p.7 apud Louredo) 2017, p. 01).

Reutilizar dando-se maior utilidade para produtos que seriam jogados fora. Se não utilizado pelo indivíduo pode ser por outras pessoas ao invés de serem jogados fora, poderia ser muito bem ocupado por outra pessoa em um período longo de tempo. Silva, 2017, p.8 apud Meneguelli 2016, p. 01 cita como exemplo: “papéis

usados que se transformam em blocos de rascunho, garrafas que se transformam em objeto de decoração, móveis que podem ganhar novos usos”.

O Reciclar transforma-se algo usado em algo totalmente novo, com a mesma característica do velho ou mesmo sendo feito outro produto, sendo assim usado apenas o material para confeccionar o produto reciclado. De acordo com Silva, 2017, p.8 apud Alkmin 2015, p. 35 “Ao reciclar qualquer produto reduz-se o consumo de água, energia e matéria-prima, além de gerar trabalho e renda para milhares de pessoas”.

Conforme Silva, 2017, p.8, “ao analisar os conceitos e a importância da utilização dos 5 R’s da sustentabilidade, pode-se citar como alguns de seus benefícios para a sociedade e para o planeta, a saber: A reciclagem do lixo gera trabalho e renda para milhares de pessoas. Seja no mercado formal ou informal de trabalho, redução da degradação da natureza, minimizando os impactos gerados por resíduos sólidos, diminui a exploração de recursos naturais, reduz o consumo de energia, diminui a poluição do solo, da água e do ar.”

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo se destina a apresentar de forma mais compreensível os elementos que orientaram a pesquisa, quais os métodos usados para alcançar os objetivos propostos inicialmente.

Entende-se por método o conjunto de processos que o espírito humano deve empregar na investigação e demonstração da verdade. Nessa concepção, o método é apenas um conjunto ordenado de procedimentos que se mostraram eficientes ao longo da história, na busca do saber. O método científico é, pois, um instrumento de trabalho. O resultado depende de seu usuário (Cervo; Bervian, 1996 apud Fonseca 2010, p. 97).

4.1 FORMA DE ABORDAGEM

A forma de abordagem será quantitativa, pois para haver um melhor entendimento em relação às respostas dos questionários aplicados nas agências serão traduzidas para gráficos que mostraram o percentual de cada item levando consecutivamente a uma melhor interpretação dos dados.

Tudo pode ser quantificável, ou seja, que opiniões, problemas, informações, serão bem entendidas se traduzidas em forma de números. Portanto este tipo de pesquisa se realiza na busca de resultados precisos, exatos, comprovados através de medidas variáveis preestabelecidas, na qual se procura verificar e explicar sua influência sobre outras variáveis, através da análise da frequência de incidências e correlações estatísticas. (Bezerra, 2015)

4.1.1 Objetivos Metodológicos

O objetivo metodológico é de cunho descritivo, pois tem como alvo descrever as agências de viagem associadas a ABAV, analisar e descrever os resíduos sólidos gerados pelas mesmas. Tem como delineamento levantamento de dados e pesquisas bibliográficas.

(Bezerra, 2015 apud Netto, 2006) enfatiza que os objetivos descritivos têm como intuito a identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo.

4.2. AMOSTRA

(Bezerra, 2015 apud Barros; Lehfeld, 2007) afirmam que a Amostra casual simples: É a forma básica da amostra probabilística, ou seja, a seleção é realizada permitindo que cada membro da população tenha a mesma chance de ser selecionado. Desta forma o tipo de amostra foi probabilística e casual simples, pois foi ofertada a mesma chance para cada agência associada à ABAV/AM de contribuir com esta pesquisa.

4.2.1 Coleta de dados

A coleta de dados foi feita pela aplicação de questionários que foram aplicados as agências de viagem por meio eletrônico (e-mails) tendo respostas de

colaboradores e gestores, pois se buscou informações diretamente com o grupo de interesse.

Para esta pesquisa foram utilizadas as seguintes variáveis:

1- Que tipo de lixo é gerado pela sua agência?

lixo orgânico papeis pilhas materiais plásticos

2-qual é o destino dado aos folhetos recebidos pela agência?

É doado para alguma instituição É doado para catadores de lixo

É descartado no lixo Outros,

O quê? _____

3- Há conhecimento sobre coleta seletiva?

Sim Não

4-O que é feito com o lixo produzido na agência?

É Jogado no lixo É separado para a coleta seletiva

É doado para catadores de lixo e instituições Outros

O quê? _____

5- Existem serviços de coleta seletiva de resíduos sólidos (Lixo)?

Sim Não Desconheço

6- O lixo do local é separado?

Sim Não

8- Costuma-se reutilizar algum tipo de material que vai para o lixo?

Não, o lixo é somente jogado no lixo.

Sim, reutilizo para guardar outros objetos

Sim. Outros: _____

9-Existe na sua agência cesto de lixo separado por cores da coleta seletiva?

sim não

10. Tratando-se dos resíduos (lixo), há alguma prática para:

Redução Sim Não

Reutilização Sim Não

Reciclagem Sim Não

Recuperação Sim Não

11. Você separaria o lixo da sua agência para reciclagem em seu município?

Sim

Não

O questionário é um formulário, previamente construído, constituído por uma série ordenada de perguntas de campo fechados e abertos, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador (Bezerra, 2015 apud Michel, 2009).

4.3 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

Os procedimentos técnicos foram feitos através de pesquisas bibliográficas e de levantamentos de dados através dos questionários aplicados nas agências de viagem.

a **pesquisa bibliográfica** é aquela que utiliza material escrito. Portanto, são consideradas fontes bibliográficas os livros (de leitura corrente ou de referência, tais como dicionários, enciclopédias, anuários etc.), as publicações periódicas (jornais, revistas, panfletos etc.), fitas gravadas de áudio e vídeo, páginas de *web sites*, relatórios de simpósios / seminários, anais de congressos e outros. (BEZERRA, 2015).

4.3.1 Métodos

O método usado foi o indutivo já que a amostra de agências respondeu o questionário e buscou-se o detalhamento da forma de descarte dos resíduos sólidos, posteriormente os dados obtidos foram verificados e obtiveram-se as considerações finais.

De acordo com Bezerra, 2015 apud Netto, 2006 “o método indutivo parte dos fatos particulares para conclusões genéricas”.

4.4 LEVANTAMENTO DAS AGÊNCIAS ASSOCIADAS À ABAV-AM

Para se chegar aos objetivos propostos nessa pesquisa tornou-se necessário fazer primeiramente o levantamento das agências de viagem de Manaus que são associadas à ABAV. Segundo pesquisa feita no site da ABAV, 2018, existem 31 agências que são associadas a ela. Abaixo estão listados os nomes e informações, conforme está no site:

- TUCUNARÉ TURISMO

Avenida Djalma Batista - São Geraldo - Manaus/AM - 69050-010 – Brasil, 92 3186-8306. Site: <http://www.tucunareturismo.com.br>

E-mail: tucunare@tucunareturismo.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- VERDE TURISMO

Av. Djalma Batista, 2010 sl01 Manaus Auto Shopping - Chapada - Manaus/AM - 69050-010 – Brasil, 92 36320478. E-mail: adm@verdeturismo.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- JG AGÊNCIA

Rua Alexandre Amorim 571 - Aparecida - Manaus/AM - 69010-300 – Brasil, 92 40093900. E-mail: jgagencia@jgagencia.com.br

- LIRIOTUR

Av Leonardo Malcher 251 C Aparecida - Nossa Senhora Aparecida - Manaus/AM - 69010-170 – Brasil, 92 32324992. E-mail: liriotur@internext.com.br

- MULTICIDADES

RUA PARÁ, 901, LJ 11 - Nossa Senhora das Graças - Manaus/AM - 69053-575 – Brasil, 92 33429361. Site: <http://www.multicidades.com.br>

E-mail: erick@multicidades.com.br

- OCA TURISMO

Rua 24 de Maio, 509 - Centro - Manaus/AM - 69010-080 – Brasil, 92 32347115.

Site: <http://www.ocaturismo.com.br>

E-mail: ocaturismo@ocaturismo.com.br

- PARÁ - AMAZONAS TURISMO

Rua José Clemente, 508 - Centro - Manaus/AM - 69010-070 – Brasil, 92 32348046. E-mail: paratur@paraamazonastur.com

- PARADISE TURISMO

Av Eduardo Ribeiro, 654, lj2 Ed.Zulmira Bittencourt - Centro - Manaus/AM - 69010-000 – Brasil, 92 36338301. E-mail: paradise@paradisetur.com.br

- SELENETUR

Av. Djalma Batista, 255 - São Geraldo - Manaus/AM - 69053-000 – Brasil, 92 32337588. Site: <http://www.selenetur.com.br> E-mail: selenetur@selenetur.com.br

- TAJ MAHAL TOURS

Av. Getúlio Vargas, 741, térreo 02 - Centro - Manaus/AM - 69020-010 – Brasil, 92 36273737. Site: <http://www.grupotajmahal.com.br>

E-mail: agencia@grupotajmahal.com.br

- TIME TO TRAVEL

AV JOÃO VALERIO - NOSSA SENHORA DAS GRAÇAS - Manaus/AM - 69053-140 – Brasil, 92 30827777. E-mail: clientes@timetotravel.tur.br

- TREVO TURISMO

R Pará 901 Salas 09/10 - Comércio Vieiralves Trading N.S. das Graças - Manaus/AM - 69040-250 – Brasil, 92 35843338.

Site: <http://www.trevoturismo.com.br> E-mail: trevoturismo@trevoturismo.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência:Receptivo

- ATS TURISMO

Rua Belo Horizonte 09 The Palce Bussiness Center - Adrianópolis - Manaus/AM
- 69057-060 – Brasil, 92 36222788. Site: <http://www.atstur.com>

E-mail: atstur@atstur.com

- CONSTELLATION TOUR

Rua Belo Horizonte, nº. 09, sala 210, 2º andar, Ed. The Place Business Center
Adrianópolis, Manaus/AM - Nossa Senhora das Graças - Manaus/AM - 69.057-
06 - Brasil, 92 38546494. E-mail: alcir@constellation.tur.br

- EQUATORIAL TURISMO

Rua Quintino Bocaiuva, 149 - Centro - Manaus/AM - 69005-110 – Brasil, 92
36222598. Site: <http://www.equatorialturismo.com.br>

E-mail: agencia@equatorialturismo.com.br

- EQUIPOL TURISMO

Rua Rio Branco, 24, quadra 37, Vieiralves - Nossa Senhora das Graças -
Manaus/AM-69053-520 – Brasil, 92 35844043.

E-mail: equipoltur@equipoltur.com.br

- ESPAÇO VERDE – CVC

Rua Rio Eiru (antiga Rio Branco), 95 lj 03 Conj. Jardim Amazonas - Nossa
Senhora das Graças - Manaus/AM - 69053-520 – Brasil, 92 21233905.

E-mail: isabeltavora@cvc.com.br

- FLORA TUR

Rua Leovegildo Coelho, 379, ap. 101 - Centro - Manaus/AM - 69005-090 –
Brasil, 92 32328929. Site: <http://www.floraturismo.com.br>

E-mail: floraturismo@floraturismo.com.br

- FLYTOUR SP

Rua Rio Madeira, 68, Loja 08 - Vieiralves - Manaus/AM - 69053-030 – Brasil, 92
31331100. E-mail: manaus@flytour.com.br

- FONTUR FONTE TURISMO

Av. Coronel Texeira, 1320, lobby do Hotel Tropical Manaus - Ponte Negra - Manaus/AM - 69037-000 – Brasil, 92 36583052.

Site: <http://www.fontur.com.br> E-mail: comercial@fontur.com.br

- FUTURA TURISMO

Rua Jorge Aguiar de Andrade, Qd. D, Rua 2, Conj Murici 1 - Parque 10 de Novembro - Manaus/AM - 69050-412 – Brasil, 92 2129-2424.

Site: <http://www.futuraviagens.com.br> E-mail: futura@futuraviagens.com.br

- GAPNET VIAGENS E TURISMO

Rua João Valério, Nº. 250 Edf. Premium Center - Loja 15 - São Geraldo - São Geraldo - Manaus/AM - 69053-358 – Brasil, 92 35840006.

E-mail: eliane.pirangy@gapnet.com.br

- ALTA ESTAÇÃO TURISMO

Rua Comendador Clementino, 651 - Manaus/AM - 69025-000 – Brasil, 92 36224136 Site: <http://www.alt aestacaoturismo.com.br>

E-mail: altaestacao@altaestacaoturismo.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- AMAZON CAYMAN TOUR

Rua Capanema, 02, quadra 04 - Manaus/AM - 69040-420 – Brasil, 92 32384880. E-mail: caymantour@hotmail.com

- AMAZON ECO SIGHT VIAGENS E TURISMO

Rua Alameda Líbia - Ponta Negra - Manaus/AM - 69037-068 – Brasil, 92 36739346. Site: <http://www.amazonecosight.com.br>

E-mail: ecosight@amazonecosight.com.br

- AMAZON EXPLORERS MANAUS

Rua Belo Horizonte 09 The Place sl106/107 Adrianópolis - Chapada - Manaus/AM - 69057-060 – Brasil, 92 21234785.

Site: <http://www.amazonexplorers.com.br>

E-mail: eurybarros@amazonexplorers.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- AMAZON VISIT TRAVEL

Rua 02A, 25, Cj. Huascar Angelin - Aleixo - Manaus/AM - 69060-210 – Brasil, 92 36320475. E-mail: amazonvisit@amazonvisit.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- AMAZONAS BY VIVERDE

Rua das Guariubas, 47, Parque Acariquara - Coroado - Manaus/AM - 69082-665 – Brasil, 92 32489988. Site: <http://www.viverde.com.br>

E-mail: amazonas@viverde.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- AMAZONIA CAMBIO E TURISMO

Av 7 de Setembro 1215 Ed Antônio Simões Centro - Manaus/AM - 69005-141 – Brasil, 92 36227206. E-mail: amazoniacambio@gmail.com

- AMAZONIA ECOLAZER EXPEDIÇÕES E AVENTURAS

R Macarandubas 53 Conj Kissia - Dom Pedro I - Manaus/AM - 69040-310 – Brasil, 92 41413800.

Site: <http://www.amazoniaecolazer.com.br>

E-mail: ecolazer@amazoniaecolazer.com.br

Segmento principal: Receptivo

- ANAVILHANAS ECO TURISMO

Av.Noel Nutels, 1001 - Cidade Nova - Manaus/AM - 69095-040 – Brasil, 92 36455458. E-mail: anavilhanas@anavilhanasturismo.com.br

Segmento principal: Receptivo

Modalidade da Agência: Receptivo

- ARAÇA TUR AGÊNCIA DE VIAGENS

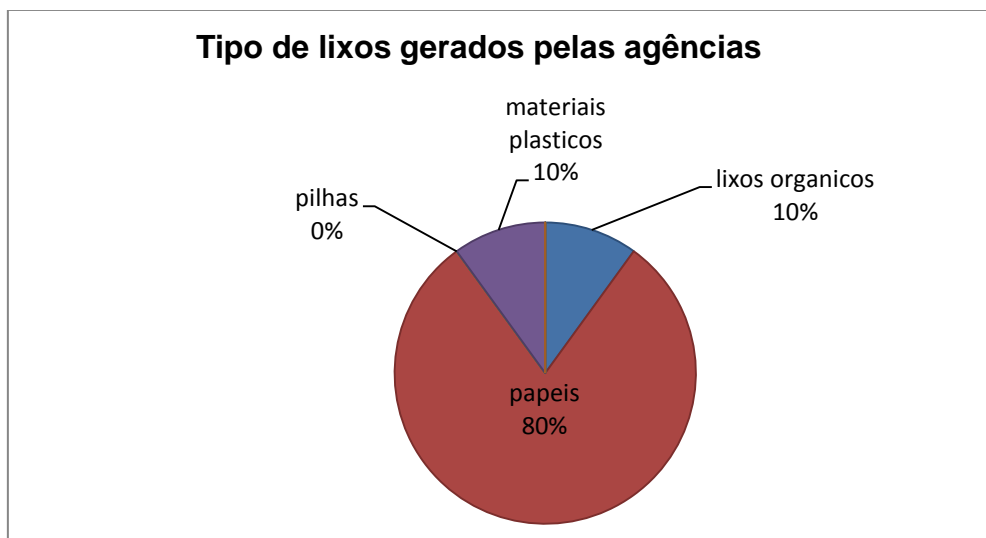
AV. COSME FERREIRA, - São José Operário - Manaus/AM - 69083-015 – Brasil, 92 32480525. E-mail: marcio.aracatur@hotmail.com

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS DOS RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS NAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

A Lei nº 12.305 tem como proposta a formação de hábitos que proporcione a reciclagem, a reutilização e a destinação adequada dos rejeitos. Diante disso, o art. 13 desta lei dedica-se a classificação dos resíduos sólidos, inclusive os gerados nos estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços.

Perante a classificação dada da Lei dos Resíduos Sólidos, pôde-se perceber que os resíduos sólidos gerados nas agências de viagem associadas à ABAV são de estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços, tidos por itens de escritório como papeis e plásticos.

Analisando as respostas obtidas através dos questionários aplicados aos representantes das agências, tivemos como resultado 80% papéis de diversos tipos, 10% materiais plásticos, 10% lixos orgânicos e 0% de pilhas.

Gráfico 1. Tipo de lixo gerado

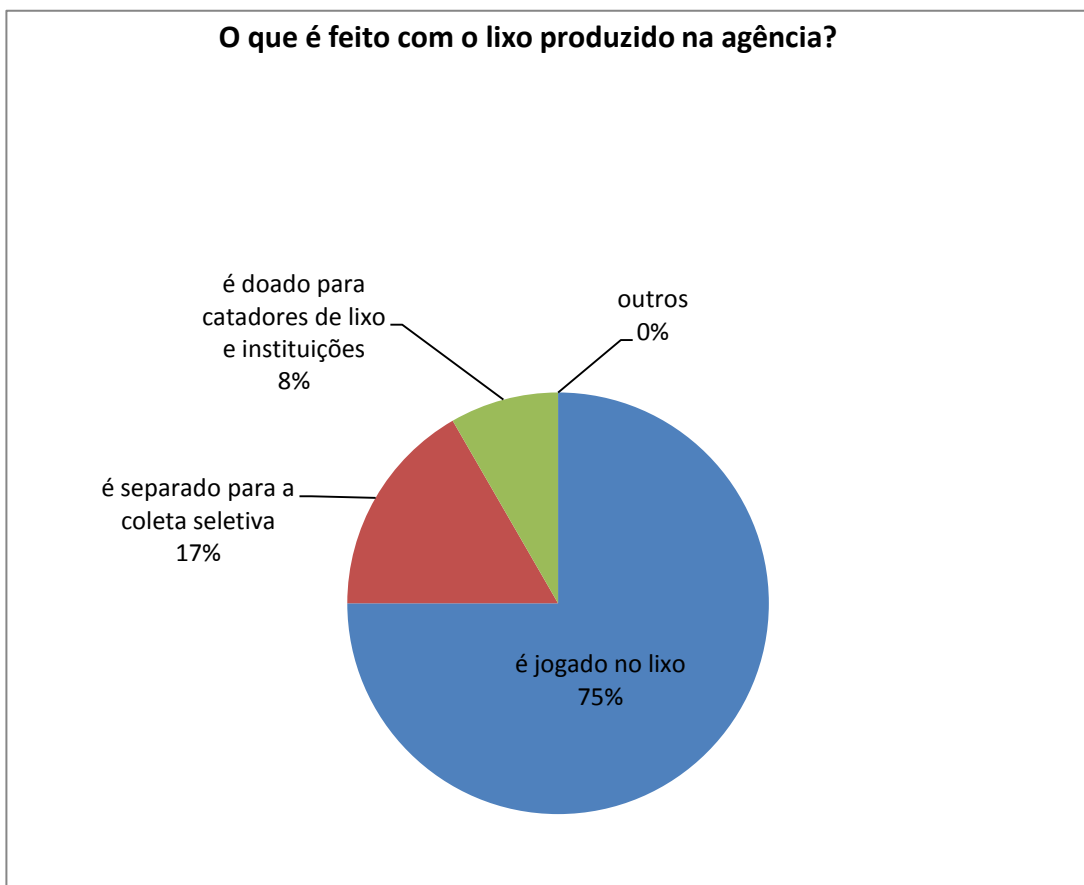
Fonte 1. Lima, 2018

5.1 DESCARTE DOS RESÍDUOS SÓLIDOS GERADOS NAS AGÊNCIAS DE VIAGEM ASSOCIADAS À ABAV.

Ao identificar os tipos de resíduos gerados nas agências, tornou-se importante verificar como eles são tratados e descartados nesses estabelecimentos. O Art. 30. , da lei 12.305 faz uma explanação sobre os responsáveis pelo lixo. É instituída a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, a ser implementada de forma individualizada e encadeada, abrangendo os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, os consumidores e os titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos, consoante às atribuições e procedimentos previstos nesta Seção.

Após uma pequena explanação sobre o art. 30 da lei 12.305 e diante das respostas obtidas através da aplicação dos questionários as agências, pôde-se perceber que 75% dos resíduos produzidos são apenas jogados no lixo para a coleta dos caminhões, 17% afirmou que separa para coleta seletiva e 8% afirmou que faz doação para catadores de lixo e instituições ligadas ao turismo. Foi perguntado se havia outras formas de descarte, porém as respostas se deram basicamente entre as três opções comentadas a baixo.

Gráfico 2. Resíduos produzidos pelas agências

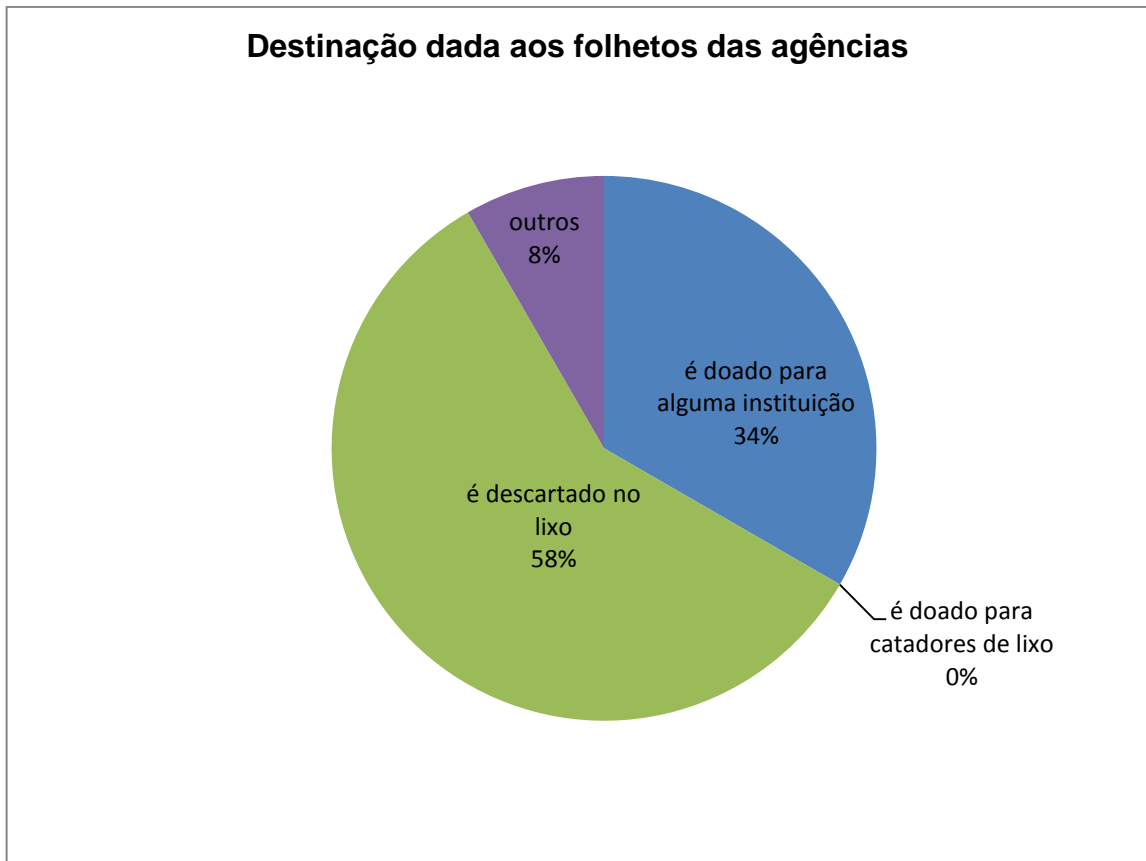


Fonte 2. Lima, 2018

Grande parte do lixo gerado são de papeis, dessa forma perguntou-se às agências o que era feito com a folhetaria. Através das respostas percebeu-se que 58% são descartados no lixo para coleta do caminhão, 34% é doado para alguma instituição, e em relação à doação para catadores de lixo não se obteve resposta, 8% responderam outros.

Para justificar a opção outros, obtivemos respostas em relação ao uso da coleta seletiva para materiais recicláveis e lixo tecnológico que são recolhidos para Prefeitura de Manaus todas as quintas feiras, utilização da composteira para resíduos orgânicos e pilhas e baterias descartados em local específico.

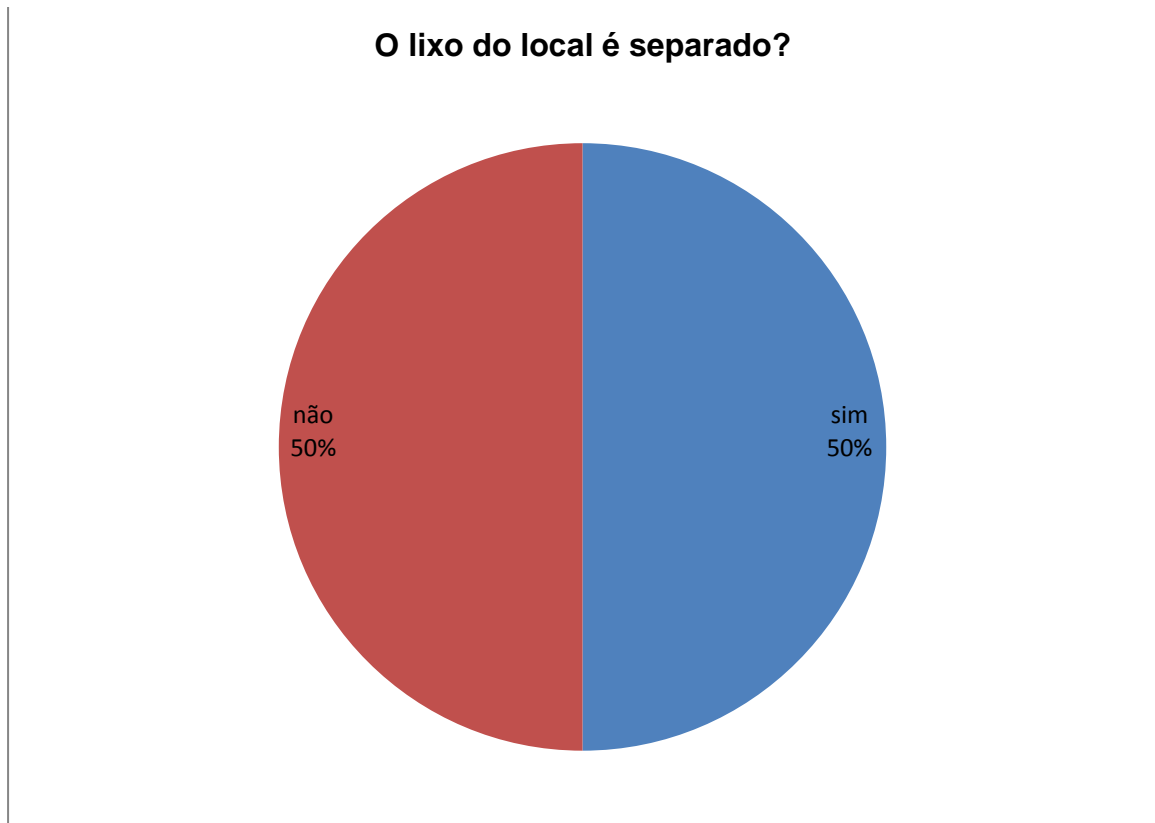
Gráfico 3. Destinação dos resíduos produzidos pelas agências



Fonte 3. Lima, 2018

Em relação à separação do lixo por tipo, obteve-se o resultado de 50% para as agências que fazem a separação e 50% para as que não praticam a separação.

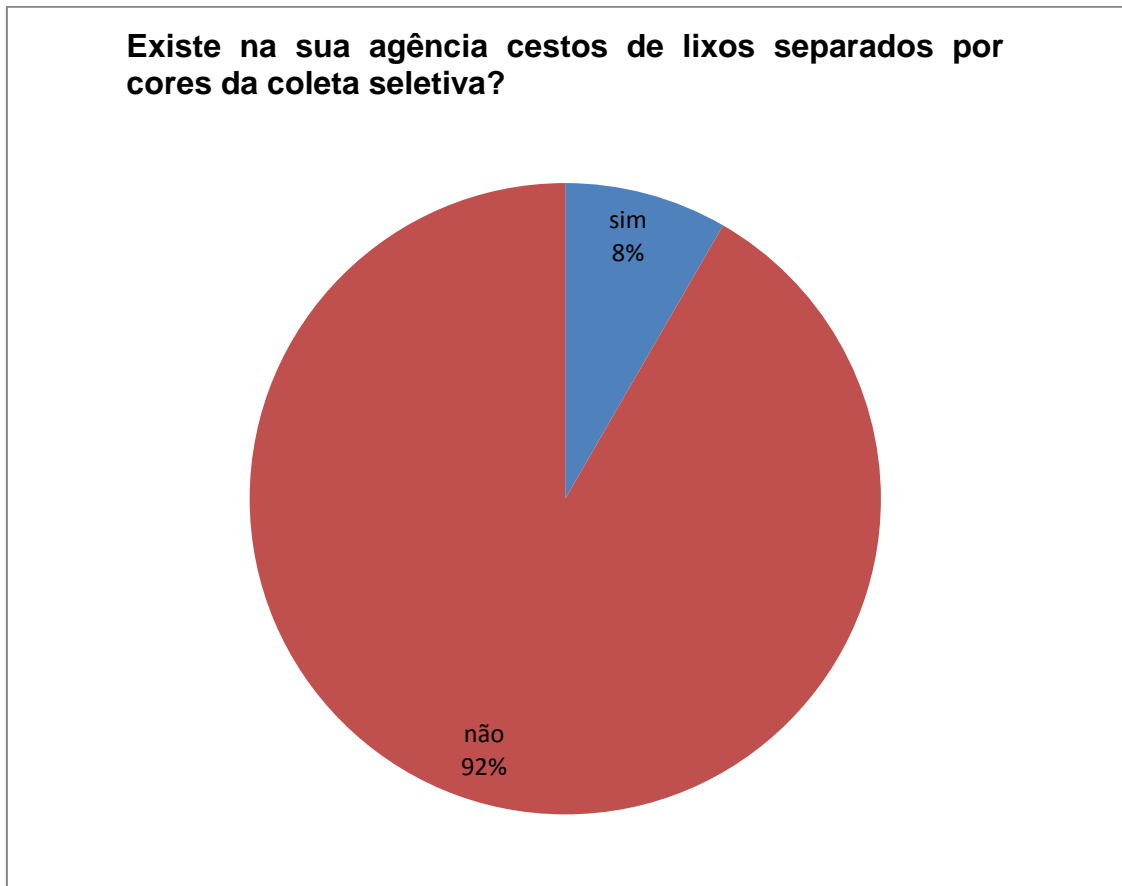
Gráfico 4. Separação dos resíduos



Fonte 4. Lima, 2018

Como demonstra o gráfico a baixo, apenas 8% das agências pesquisadas possuem cestos de lixo separados por cores da coleta seletiva e por sua vez 92% das agências não possuem.

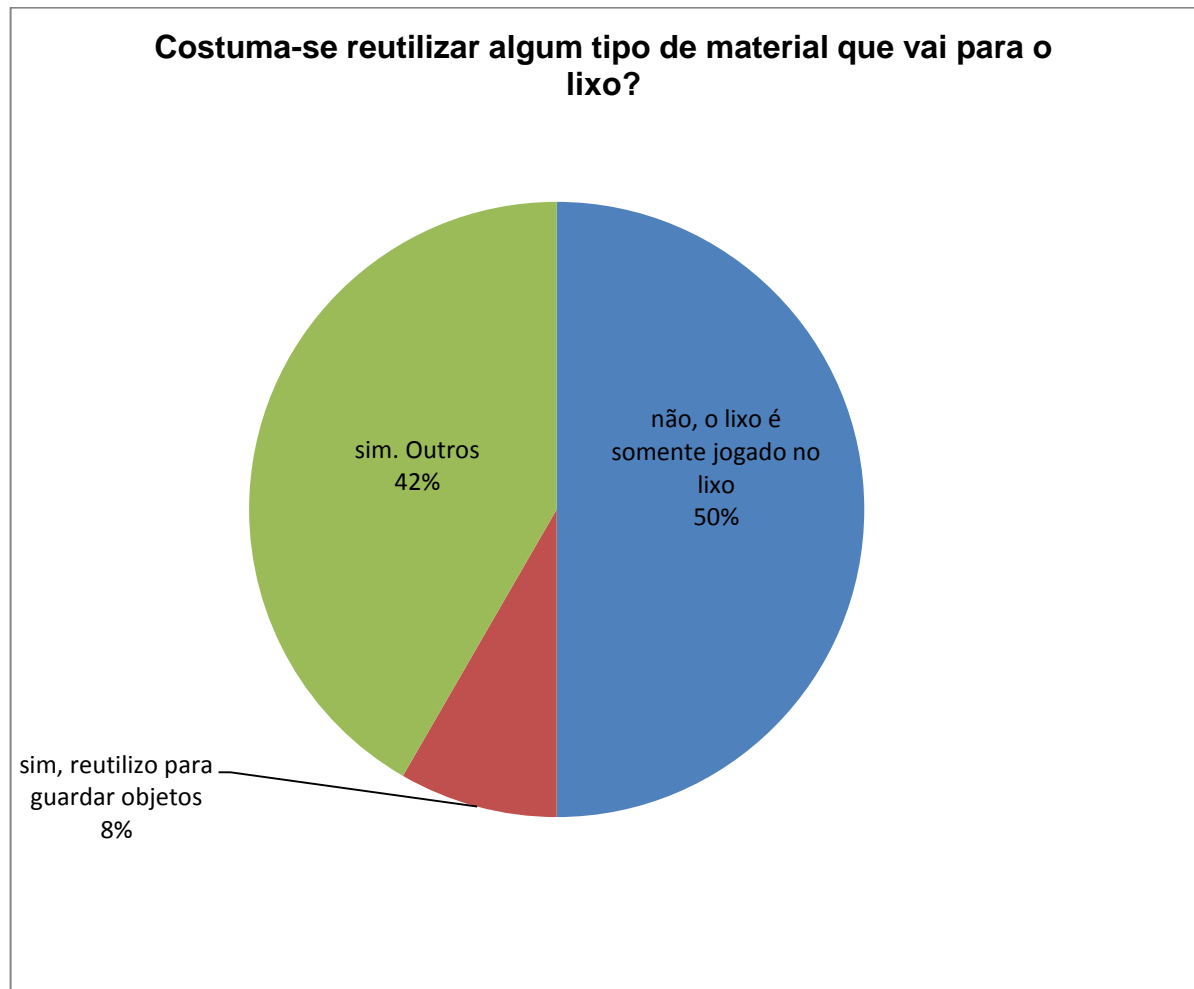
Gráfico 5. Coleta Seletiva



Fonte 5. Lima, 2018

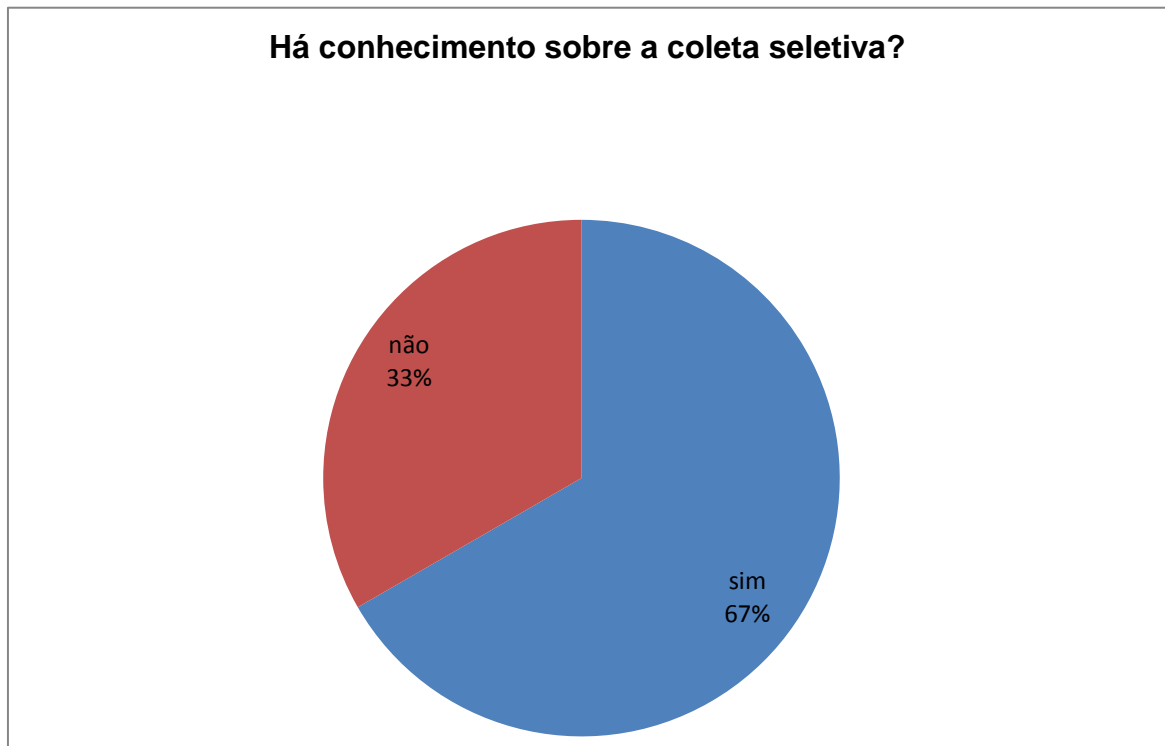
Questionou-se sobre a reutilização de certos tipos de resíduos sólidos nas agências, se havia alguma maneira de reaproveitar certos materiais. Obteve-se como resultado a percentagem de 50% para as que fazem somente o descarte no lixo para a coleta do caminhão de lixo, 42% das agências informou que faz a reutilização de folhas A4 como rascunho, reutiliza potes plásticos para guardar outros objetos, faz o uso de sacolas plásticas de supermercado para colocar o lixo que vai ser descartado, e o lixo orgânico é depositado na composteira. 8% informou que faz apenas o uso de alguns materiais plásticos para guardar outros objetos.

Gráfico 6. Reutilização de materiais que vão para o lixo



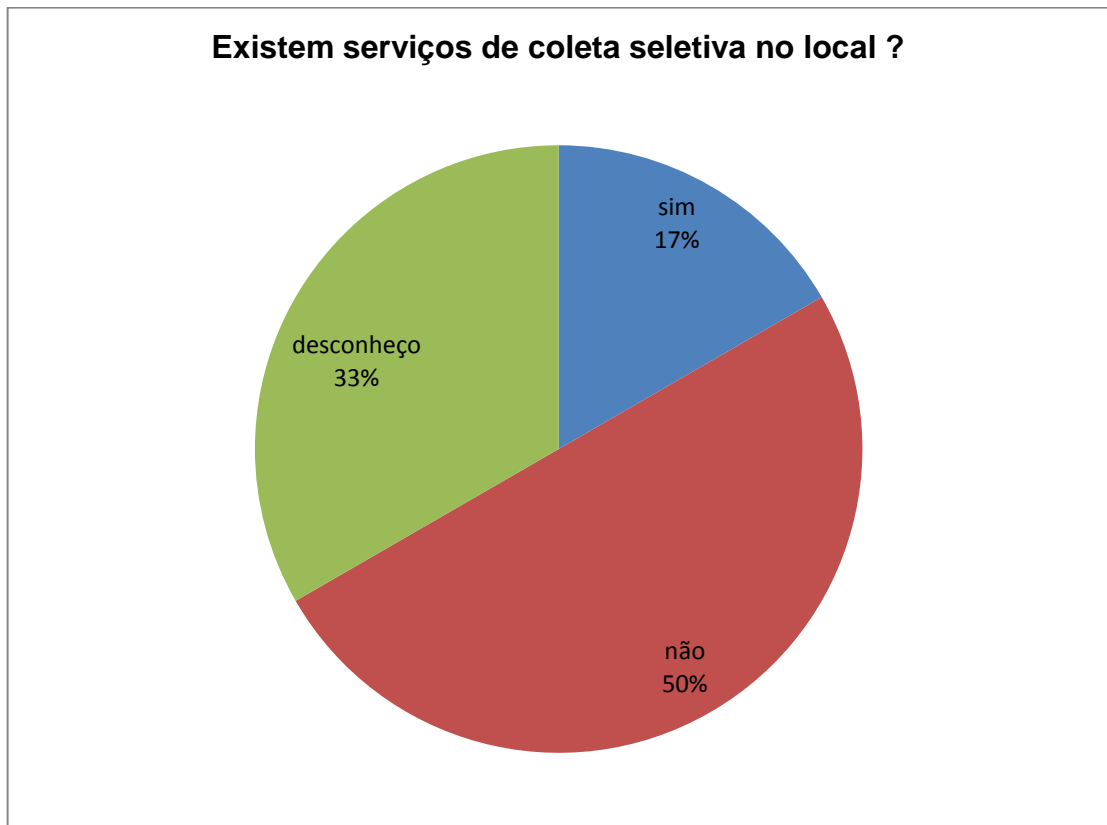
Fonte 6. Lima, 2018

Perguntou-se se na agência havia ações que buscassem desenvolver a coleta seletiva e 33% das agências informaram que não, por sua vez 67% informaram que existem tentativas de fazer o uso da coleta seletiva.

Gráfico 7. Conhecimento sobre Coleta Seletiva

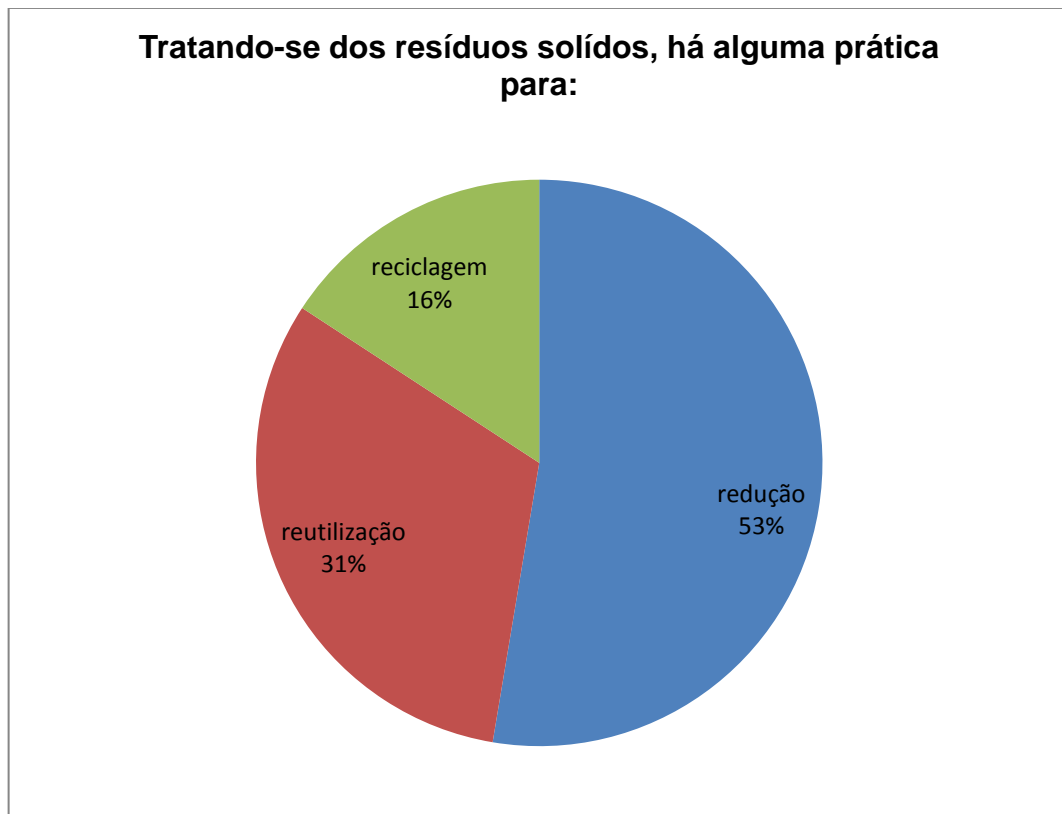
Fonte 7.Lima, 2018

Em relação ao serviço de coleta seletiva e postos de coleta perguntou-se se no local onde o empreendimento se localiza existe este tipo de serviço. O percentual ficou em 50% para os locais onde não existe esse tipo de serviço oferecido pela Prefeitura de Manaus, 17% informou que existe algum tipo de serviço relacionado à coleta seletiva e 33% não tem conhecimento sobre a coleta seletiva no local.

Gráfico 8. Existência de Coleta Seletiva

Fonte 8.Lima, 2018.

Foi questionado as agências em relação à política dos 3Rs e obteve-se os seguintes resultados: 53% buscam reduzir o consumo e sucessivamente a produção de resíduos sólidos, 31% reutilizam de alguma forma possíveis materiais como papeis e materiais plásticos e 16% buscam reciclar possíveis materiais.

Gráfico 9. Meios de Reutilização

Fonte 9. Lima, 2018.

Buscou-se ter conhecimento sobre a intenção das agências para a coleta seletiva no município caso houvesse nos locais onde as agências atuam. O resultado obtido foi o de 92% para as agências que tem interesse em fazer o descarte do lixo de forma correta e contribuir para a coleta seletiva e reciclagem de possíveis materiais, apenas 8% respondeu que não tem interesse.

Gráfico 11. Separação de resíduos para reciclagem

Fonte 10. Lima, 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa proporcionou uma visão perante a maneira que as agências de viagens da cidade de Manaus tratam o lixo gerado, uma vez que todos independentemente de serem pessoas jurídicas ou físicas, são responsáveis pelo descarte dos mesmos.

Esses estabelecimentos desenvolvem múltiplas atividades e tem papel importante, pois fazem a intermediação entre oferta e demanda de um local e/ou atrativos, são responsáveis pelo ir e vir de pessoas com sonhos, e é normal que nesses locais ocorram erros que a própria agência irá se responsabilizar, com relação ao exposto.

Considerou-se que as agências de viagem desenvolvem diversas atividades do setor turístico, e a importância desses empreendimentos terem uma associação que cuide dos interesses delas, surgiu então em 1953 a ABAV, uma formidável rede de distribuição que representa várias agências pelo Brasil e têm como objetivo buscar e planejar melhorias para a rede de agências de viagens pelo Brasil.

Um dos parâmetros da pesquisa foi o de relacionar o meio ambiente e a atividade turística, o meio é definido como artificial, natural e cultural e dentre esses grupos está o homem que está em constante locomoção, assim pôde-se afirmar que o homem precisa preocupar-se com a preservação do ambiente. Existem vários problemas ao desenvolver o turismo, principalmente ao meio ambiente, pois é um componente essencial para desenvolvê-lo, se não forem levados em consideração fatores importantes para preservar o espaço da atividade, pode-se afirmar que impactos ambientais podem ocorrer no local, por isso é importante que os desenvolvedores do turismo busquem minimizar esses abalos.

Foi percebido que muitos profissionais da área turística veem a sustentabilidade como algo sem importância, porém nos dias atuais é importante ter comprometimento com as questões ambientais, o grande enfoque dos dias atuais. Levando em conta as várias atividades realizadas pelas empresas de viagens pôde-se pressupor que muitos lixos são produzidos, diante disso a pesquisa teve como objetivo verificar a gestão dos resíduos sólidos realizado pelas agências de turismo associadas à ABAV, para isso definiu-se três etapas tidas como o levantamento das

agências associadas à ABAV, a descrição dos resíduos sólidos gerados por elas e a forma do descarte do lixo.

A pesquisa levou em consideração que os resíduos sempre existiram, porém nos dias atuais a produção é em grande escala, considerando que o consumismo exagerado é realidade no mundo todo, problema grave na sociedade atual, esse fator associado a diversos fatores como o descarte inadequado, provoca danos aos seres humanos. Mediante aos graves problemas em decorrência da alta produção de lixo, criou-se no Brasil mecanismos com intuito de trazer crescimento para as ações de tratamento e descartes dos resíduos sólidos gerados no Brasil.

Para tentar amenizar a geração de lixo, algumas políticas foram desenvolvidas. Nesta pesquisa citou-se duas, política dos 3Rs e política dos 5Rs, que consistem em um conjunto de medidas visando a melhoria dos processos de consumo e descarte, no qual, 3Rs significa reduzir, reutilizar e reciclar, e os 5Rs acrescenta-se repensar e recusar.

Nesta pesquisa identificou-se todas as agências de Manaus que são associadas à ABAV até o ano de 2018. E para chegar ao objetivo deste trabalho foram feitos gráficos para a melhor compreensão dos tipos de resíduos e da forma de descarte.

A legislação brasileira perante os resíduos sólidos deixa bem claro qual a classificação dos lixos e por sua vez afirma que a responsabilidade pelo ciclo de vida dos produtos é de todos, sejam cidadãos, comerciantes, empresários e governantes, e todos devem ter o compromisso de produzir menos lixo e descartar de maneira correta para trazer menos transtornos ao meio ambiente e consecutivamente aos seres humanos. Na análise dos resultados desta pesquisa ficou comprovado que a grande matéria para reciclagem, são os papeis, pode-se dizer que alguns são arquivados, porém a grande maioria é descartado.

Mais que a maioria faz apenas o descarte no lixo para coleta de caminhões e que não há interesse para saber qual destinação será dada para o lixo, o que ocorre muitas vezes dentro de nossos lares, simplesmente descarta-se o lixo de maneira inadequada e não há questionamentos perante qual finalidade terá o lixo.

Os poucos estabelecimentos tratam os produtos descartados de forma diferente, percebeu-se que uma minoria faz doação para instituições que trabalham com turismo, outras para catadores de lixo. Não há potes de lixo separados por cores da coleta seletiva, porém percebe-se que existe tentativa de separar o lixo,

contudo a finalidade é a mesma para ambos, descarta na lixeira para o caminhão de lixo recolher.

Em relação ao incentivo pela coleta seletiva é nítido que nessas empresas há pouco enfoque para trabalhar de maneira mais sustentável em relação ao lixo, contudo percebeu-se que por parte do poder público existe uma deficiência muito grande a respeito de coleta seletiva. Próximo a esses locais não existe postos de coleta, não há caminhões que fazem o transporte do lixo separado e isso contribui para o despejo incorreto por parte dessas empresas, mas entende-se que apesar dos poucos recursos e incentivos por parte do poder público, existem interesses das agências em contribuir com a coleta seletiva no município.

Para que tantas pessoas físicas e jurídicas possam contribuir assiduamente com a coleta seletiva e a destinação correta do lixo é preciso que os governantes da cidade de Manaus executem programas que possibilite a participação da sociedade manauara nesse processo, pode-se afirmar que na cidade existe carência de postos de coleta nos bairros e transporte adequado para o lixo. Além disso, é preciso haver parcerias com empresas e pessoas comprometidas com a reciclagem de materiais. Os gestores das agências precisam incentivar e sensibilizar os seus colaboradores a serem responsáveis com a produção de lixo, deve existir uma preocupação com o meio ambiente nesses estabelecimentos, pois esse assunto é de suma importância nos dias atuais, é importante que nesses estabelecimentos seja praticado a política dos 3Rs e 5Rs, praticando essas ações contribuirão com um mundo mais sustentável e servirão de exemplo para outros e futuros empreendimentos.

É importante também que exista consciência e preocupação por cada cidadão, que a responsabilidade do lixo é de todos e não somente de governantes e empresários. Por isso é de extrema importância que cada gestor das agências de viagens possua boas práticas em relação ao lixo e também façam a utilização dos 3Rs e 5Rs, para isso é necessário programas de incentivo tanto do poder público, quanto de pessoas que trabalham incansavelmente por um mundo mais sustentável.

Por fim acredita-se que com pessoas conscientizadas e sensibilizadas em relação à sustentabilidade, possam levar esse sentimento para outras pessoas e influenciar a praticar medidas que contribuam por um ar melhor de se respirar e a sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

ABAV, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS. **Sistema ABAV**. Disponível em <http://www.abav.com.br/texto.aspx?id=2&idarea=1>. Acesso em 02 de dezembro, 2016.

ABAVAM. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS DO AMAZONAS. **História**. Disponível em <http://www.abavam.com.br/#!institucional/cqn6>. Acesso em 10 de dezembro, 2016.

BRASIL, **LEI N.12.305, DE 2 DE AGOSTO DE 2010**, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em 22 de dezembro, 2016.

BRASIL, **LEI N. 11.771, DE 17 DE SETEMBRO DE 2008**, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em 05 de janeiro, 2016.

BRASIL, **LEI Nº 12.974, DE 15 DE MAIO DE 2014**, disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12974.htm, acesso em 17 de maio de 2018, às 11:50h.

BERNARDO, Marcella; LIMA, Renato da Silva. **Planejamento e implantação de um programa de coleta seletiva: utilização de um sistema de informação geográfica na elaboração das rotas**. Curitiba: Revista Brasileira De Gestão Urbana, 2017.

COSTA, Daniela Viegas da; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. **Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas**. São Paulo: Revista de Administração Mackenzie, 2011.

MARÍN, Aitor. **Tecnologia da informação nas agências de viagens, em busca da produtividade e do valor agregado**. São Paulo: Aleph, 2004.

MONTEIRO, José Henrique Penido. **Manual de Gerenciamento Integrado de Resíduos Sólidos**. Rio de Janeiro: IBAM, 2001.

MMA, disponível em <http://www.mma.gov.br/pol%C3%ADtica-de-res%C3%ADduos-s%C3%B3lidos> , acessado em 14/5/2018 às 16:43

OLIVEIRA, Ana Cristina M.A de. **A responsabilidade na destinação dos resíduos sólidos domésticos**. São Paulo, PUCRS, 2009.

PAZINI, Raquel. **Agências de turismo: operacionalização de produtos e serviços turísticos**. São Paulo: InterSaberes, 2014.

RAMOS, Gilmara Cristina. **Turismo e Meio Ambiente**. São Paulo: Unifmu, 2004.

RUSCHMANN, Dóris. **Turismo e planejamento sustentável. A proteção do meio ambiente**. 4ª ed. São Paulo: Papiros, 1997.

SANTOS, Célia Maria dos; KUAZAQUI, Edmir. **Consolidadores do Turismo: Serviços e distribuição**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TELLES, Tenório; BRAGA, Celdo. **Meio Ambiente: educação e qualidade de vida**. Manaus: Kintaw, 2004.

TEIXEIRA, Maria Adriana Sena Bezerra. **Material Didático de Metodologia Científica**. Manaus, 2015.

TRIGUEIRO, André. **Mundo Sustentável**. 2º ed. São Paulo: Globo, 2005.