

████████████████████

# Relações Públicas e o *desenvolvimento* sustentável do Turismo

Mário Carlos Beni

- Professor-titular efetivo dos cursos de Graduação e Pós-graduação em Turismo e dos cursos de Mestrado e Doutorado da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Professor livre-docente da ECA-USP
- Doutor em Ciências da Comunicação
- Mestre em Ciências Sociais
- Graduado em Engenharia Civil e Direito
- Com 30 anos de magistério superior em Turismo, foi o primeiro docente a ser autorizado pelo Ministério de Educação e Cultura a lecionar teoria e técnica de Turismo no País
- Colaborador permanente da *Revue de Tourisme* (Aiest), Saint Gallen, Suíça; da *World Travel and Tourism Review*, anuário estatístico mundial da *George Washington University*; e da revista *Estudios y Perspectivas en Turismo* (Ciet), Buenos Aires
- Membro do Conselho Editorial e colaborador permanente de *Turismo em Análise*, revista científica de turismo da ECA-USP; editor associado e membro do Conselho Editorial da *Annals of Tourism Research*, da *Wisconsin University*; membro do Conselho Superior da Aiest, da *International Academy of Tourism*, do Conselho Nacional de Turismo e da Comissão Mundial de Ética do Turismo da Organização Mundial de Turismo (OMT)
- Publicou o livro *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Ed. Senac, 2003, entre outros
- [beni@usp.br](mailto:beni@usp.br)
- [www.mariobeni.com.br](http://www.mariobeni.com.br)

Falar sobre o desenvolvimento sustentável do Turismo exige de nós a observação constante de duas vertentes que se complementam e interagem: a mobilização de toda a sociedade e a participação da comunidade. E ao falar em mobilização e participação da comunidade, fala-se também em Comunicação e Relações Públicas Comunitárias.

### Entendendo o desenvolvimento endógeno

O desenvolvimento endógeno consiste em um enfoque territorial do desenvolvimento e do funcionamento do sistema produtivo. O território é um agente de transformação, não mero suporte dos recursos e atividades econômicas, pois existe interação entre as empresas e os demais atores, que se organizam para desenvolver a economia e a sociedade. Assim, o desenvolvimento endógeno visa atender às necessidades e demandas da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida. Mais do que obter ganhos em relação à posição do sistema produtivo local na divisão nacional ou internacional do trabalho, o objetivo é buscar o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade local, o que leva a diferentes caminhos de desenvolvimento, conforme as características e capacidades de cada economia e sociedade locais.

O ponto de partida para uma comunidade territorial está no conjunto de recursos econômicos, humanos, institucionais e culturais formadores de seu potencial de desenvolvimento. Nas economias locais podem ser identificados elementos como estrutura produtiva, mercado de trabalho, capacidade empresarial, conhecimento tecnológico, recursos naturais, infra-estrutura, sistema social e político, tradição e cultura, em torno dos quais se articulam os processos de crescimento econômico e de mudança estrutural. Vale observar que as pequenas e médias empresas são, com sua flexibilidade e capacidade empresarial e organizacional, os verdadeiros protagonistas do desenvolvimento endógeno.

As comunidades locais apresentam, com sua identidade própria e fortalecimento de sua capacidade organizacional, condições para evitar que empresas e organizações externas de grandes cidades limitem suas potencialidades de atuação.

Queremos enfatizar a identificação de três dimensões que ocorrem nos processos de desenvolvimento endógeno: econômica, caracterizada por um sistema específico de

produção capaz de assegurar aos empresários locais o uso eficiente dos fatores produtivos e a melhoria dos níveis de produtividade, o que lhes garante competitividade; sócio-cultural, em que os atores econômicos e sociais se integram às instituições locais e formam um denso sistema de relações que incorpora os valores da sociedade ao processo de desenvolvimento; e política, que se materializa em iniciativas locais, possibilitando a criação de um entorno capaz de incentivar a produção e que favorece o desenvolvimento sustentável.

Hoje, observamos um notável crescimento do turismo interno, com predomínio da motivação de reencontro com a natureza, de caráter familiar e bem intimista, nas relações do turismo com o meio ambiente.

Por essa razão, desenvolveu-se a demanda de roteiros com essas peculiaridades – o chamado turismo endógeno –, deslocando o fluxo turístico dos grandes centros urbanos e cosmopolitas para áreas locais com expressivo patrimônio “histórico-étnico-cultural”, por meio do qual podem ser vivenciadas experiências mais autênticas e genuínas, sem interferências de cunho comercial, bem como da opressão da obrigação de consumir, das tensões dos conglomerados urbano-industriais, do ter para ser, com o apelo simples de viver ainda não impregnado por artificialismos e tensões dialéticas. Porém, os efeitos positivos do desenvolvimento regional e endógeno dependem da incorporação do território socialmente organizado, da capacidade das populações locais de agir com criatividade a partir da produção do conhecimento, e das inovações geradas pelo seu tecido produtivo.

A construção de ambientes inovadores e criativos estará diretamente relacionada aos movimentos dos grupos locais quando estes percebem as diversas maneiras de produzir e reproduzir o desenvolvimento a partir do relevante papel de cada grupo no conjunto dos territórios e da sociedade.

### **Mobilização social, participação comunitária e Relações Públicas**

“Os tempos mudaram”. A comunidade passou a ser considerada uma força dinâmica, constantemente em mudança, cada vez mais organizada e dirigida. As instituições públicas e privadas sabem que essa nova força comunitária pode pressioná-las fortemente, bem como impulsioná-las ou até mesmo arruiná-las, ocasionando profundas alterações sociais e destruindo crenças tidas como imutáveis.

É nesse sentido que a comunidade, como agrupamento de pessoas que, vivendo numa região, tem por característica essencial uma forte coesão, baseada no consenso espontâneo de seus integrantes e traduzida por atitudes de cooperação em face de interesses e aspirações comuns, pode vir a se transformar num público dos mais importantes para a atividade de Relações Públicas.

Podemos entender a mobilização social como um processo de convocação de vontades para uma mudança de realidade por meio de propósitos comuns estabelecidos em consenso a fim de compreender a demanda de comunicação e o engajamento da comunidade na estruturação de um projeto social mobilizador, no qual as pessoas se sintam participantes e protagonistas, identificando-se verdadeiramente com a sua causa. Observa-se, entretanto, que a maioria dos projetos de desenvolvimento sustentável do turismo encontra sua linha de resistência na incapacidade de mobilização da comunidade local como participante decisiva do planejamento estratégico, uma vez que lhe falta o processo cognitivo necessário para ordenar as atitudes e comportamentos em razão das diretrizes propostas e das mudanças sociais e econômicas de sustentabilidade previstas para o território, o padrão de vida e o trabalho.

Sendo a participação uma condição intrínseca e essencial para a mobilização, a principal função da Comunicação e das Relações Públicas em um plano de mobilização é gerar e manter o vínculo entre projetos sociais e seus respectivos públicos, por intermédio do reconhecimento da existência e importância de cada um, bem como do compartilhamento de todos quanto aos sentidos e valores. Ao pensar em Comunicação e Relações Públicas para o desenvolvimento sustentável do Turismo, veículos de divulgação poderão atuar como importantes agentes de mobilização social e participação comunitária.

A vinculação ideal dos públicos pretendida por todo e qualquer projeto de mobilização social encontra-se no nível da co-responsabilidade, para que os objetivos estabelecidos possam ser alcançados plenamente e de maneira duradoura. A co-responsabilidade existe quando o público age por se sentir responsável e por acreditar no sucesso do projeto, entendendo sua participação como fundamental.

As estratégias de mobilização, ao pretenderem produzir vínculos desse tipo, buscam transcender as meras ações pontuais e circunstanciais. A condição para isso é o estabelecimento da coesão e da perenidade no projeto (que nem sempre é possível em razão da descontinuidade administrativa), que são a ponte entre a ação isolada e a ação co-responsável. Assim, no processo comunicacional para a mobilização social e a participação comunitária, as Relações Públicas colaboram, sobretudo, ao fortalecer o relacionamento com a comunidade.

Assim, a função básica de gerar e manter o vínculo dos públicos das localidades turísticas com o movimento depende, para ser bem-sucedida, do cumprimento de outras funções devidamente integradas e articuladas para difundir a totalidade das informações, bem como promover a coletivização, registrar a memória e fornecer elementos de identificação com a causa e o projeto.

Para que essa coordenação de ações se estabeleça, é necessário que a comunicação possua alguns atributos que manifestem sua proposta ética. Pode-se dizer que a co-

municação adequada à mobilização social é, antes de tudo, dialógica, libertadora e educativa. Tais características estão intrinsecamente relacionadas, não existindo de maneira isolada. Mobilizar, portanto, é convocar as vontades das pessoas que compõem o meio social para que o processo de execução de um projeto de desenvolvimento local conte com o engajamento necessário do maior número possível de membros da comunidade, a fim de compartilhá-lo e distribuí-lo de modo que as pessoas se sintam co-responsáveis por ele e passem a agir em conjunto com os demais atores na tentativa de realizá-lo.

### **Intervenção social participativa e sustentabilidade**

A participação ativa de membros da comunidade não implica que o Estado deixe de garantir a integração, a regulação e o bom funcionamento da sociedade, mas que a própria sociedade gere meios de equacionar a solução dos problemas que o Estado, sozinho, não é capaz de resolver.

Hoje, muitas são as pessoas e instituições que acham que o desenvolvimento não é possível sem o respeito aos recursos naturais do meio ambiente, ou seja, os aspectos econômicos, sociais e ambientais devem ser tratados de forma conjunta na formulação de políticas, planos, programas ou projetos. Qualquer desequilíbrio ou ênfase em alguma dessas variáveis, sem levar em conta as outras, afetará a eficiência e a eficácia das intervenções e, seguramente, a qualidade de vida da população. Isso implica que as instituições governamentais devem redefinir suas políticas e liderar as mudanças ou transformações da comunidade para a obtenção de uma sociedade sustentável.

As instituições públicas intervêm na realidade social em razão, em grande parte, do caráter desigual do desenvolvimento resultante de um sistema de mercado. Assim, o setor público deve intervir para corrigir as desigualdades existentes, sobretudo dos grupos mais vulneráveis e/ou mais pobres da sociedade, além de solucionar problemas básicos no campo da infra-estrutura, do meio ambiente, da educação, da saúde e da segurança, entre outros.

O objetivo de uma intervenção pública é mudar a qualidade de vida da população beneficiária, desde uma situação ou estado inicial (situação problema), até uma situação desejada (situação melhorada). O planejamento permite orientar, racionalizar e acelerar esse processo de mudança social, que é bastante complexo, porque além de realizar ações voltadas para a solução de problemas, também é preciso mudar estruturas e modos de atuar.

Assim, uma intervenção pressupõe uma ação ou prática transformadora e não mantenedora da situação da realidade social. Não será efetiva uma intervenção pública se

não mudar a situação problema que a gerou ou o modo tradicional de agir da população-alvo. Inclusive, ela deve permitir a sustentabilidade ou a continuidade dos resultados do processo realizado uma vez que o setor público se retire.

A participação organizada da população-alvo em todas as etapas do processo de planejamento seria a forma ideal para que a intervenção tenha maior probabilidade de sustentabilidade e sucesso. Neste sentido, a intervenção pública deve ser uma intervenção social participativa, ou seja, com a participação organizada das comunidades beneficiárias e outros atores sociais pertinentes. Logo, dentre outros, a organização da comunidade é um requisito para a participação e sustentabilidade do processo. E, neste processo, é fundamental que se promova uma comunicação transparente e a interação entre todos. E é neste contexto que as Relações Públicas podem, e muito, contribuir para que haja envolvimento, participação e diálogo.

### **Importância do planejamento na intervenção – considerações finais**

A intervenção pública, por definição, é uma ação planejada, que envolve desde a identificação do problema até a avaliação desta intervenção, seja por meio de um plano, programa ou projeto e, como assinalado, cujo propósito final é a transformação ou mudança da qualidade de vida dos beneficiários, objeto da intervenção.

Na situação inicial, ou situação de partida, é que se pesquisa e identifica a situação problema da comunidade. Tal pesquisa é conhecida como diagnóstico da situação inicial ou linha de base (denominada também de marco zero), o que implica realizar uma análise da situação passada e presente da comunidade, a fim de identificar o perfil do problema e suas causas, bem como quantificar variáveis relevantes de tipo econômico, produtivo, tecnológico, social, ambiental ou organizacional, relativas aos beneficiários e seu entorno. A quantificação dessas variáveis permite, posteriormente, comparar a situação de partida dos beneficiários com os avanços da intervenção. Essa seria uma das formas mais simples e básicas de avaliar o plano, programa ou projeto.

Conhecida a situação problema, define-se a situação desejada ou ponto de chegada, estabelecendo objetivos e metas, ou seja, o estado ou situação que se espera alcançar ao término do plano, programa ou projeto. Essa “situação de chegada” se denomina, também, imagem-objetivo da intervenção.

Acreditamos que, embora de maneira genérica e sucinta, tenhamos apresentado o tema em toda sua extensão e complexidade, restando destacar a ação proativa dos seres humanos em total equilíbrio e harmonia com a natureza dos agentes múltiplos do desenvolvimento autógeno e do turismo.

## Bibliografia

- AMATO, J. N.. *Redes de cooperação produtiva e clusters regionais*. São Paulo: Atlas, 2001.
- ARNS, José Fernando. *Gestão territorial participativa*. Disponível em: <[http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro1/gt/sustentabilidade\\_cidades/Jos%E9%20Fernando%20Arns.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/sustentabilidade_cidades/Jos%E9%20Fernando%20Arns.pdf)>
- ASHLEY, P. A. (coord.). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BARQUERO, Antonio Vasquez. *Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização*. Porto Alegre: UFRGS, 2002.
- BENI, Mário Carlos. Análise do desempenho institucional do turismo na administração pública. In: *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Política e desenvolvimento sustentável em clusters de turismo*. 2004 a 2005.
- \_\_\_\_\_. Textos de conferências, palestras, workshops, seminários em instituições brasileiras de ensino superior, de 2000 a 2005.
- CARDOSO, Roberta de Carvalho. *Dimensões sociais do turismo sustentável: estudo sobre a contribuição dos resorts de praia para o desenvolvimento de comunidades locais*. Tese (Doutorado) – São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2005.
- CASAROTTO FILHO, N. & PIRES, L. H.. *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local*. São Paulo: Atlas, 2001.
- DORNELAS, J. C. A.. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- IORIO, Cecília. *Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos*. Disponível em: <[http://www.desarrollolocal.org/documentos/nuevos\\_docs/Empoderamento\\_ILorio.doc](http://www.desarrollolocal.org/documentos/nuevos_docs/Empoderamento_ILorio.doc)>.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling e KUNSCH, Waldemar L. (orgs.). *Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. São Paulo: Summus, 2007.
- SEBRAE. *Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais*. Projeto Promos, 2002/2003.

