

O PAPEL DA SENSIBILIZAÇÃO DAS COMUNIDADES RECEPTORAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO REGIONAL SUSTENTÁVEL

THE ROLE OF SENSITIZATION OF RECEIVING COMMUNITIES FOR TOURIST SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT

Jaciel Gustavo Kunz

Mônica Schneider

RESUMO

Tendo em conta a relevância das temáticas ligadas à sensibilização e ao turismo, para o desenvolvimento regional sustentável, procedeu-se a um levantamento bibliográfico e documental, visando investigar o papel da sensibilização da comunidade local no que diz respeito à sua participação na gestão das políticas turísticas. Assim sendo, a questão de pesquisa tem como foco os modelos de sensibilização turística, estes na qualidade de um entre possíveis elementos favorecedores do desenvolvimento turístico regional sustentável. Resultados preliminares da presente investigação apontam para diversos pontos positivos (que prevaleceram) e para algumas fragilidades dos modelos de sensibilização turística comumente adotados no país, cujos impactos se mostram passíveis de minimização.

Palavras-chave: Turismo; Sensibilização; Comunidade receptora; Desenvolvimento regional sustentável.

ABSTRACT

Given the relevance of themes related to sensitization and tourism, for sustainable regional development, it was proceeded to a bibliographic and documentary research, in order to investigate the role of sensitization of the local community regarding their participation in management of tourism policy. So the research question focuses on the models of tourist sensitization, these acting as possible elements among promoters of regional sustainable tourist development. as the determinant of regional sustainable tourism development. Preliminary results of this research point to several positive points (that were prevalent) and also point to some weaknesses of the tourist sensitization models commonly adopted in the country, whose impacts are likely to show minimization.

Keywords: Tourism; Sensitization; Receiving community; Regional sustainable development.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em um artigo, através do qual se retoma a discussão da sensibilização das comunidades receptoras como requisito para o desenvolvimento do turismo regional sustentável. Tal temática torna-se relevante na medida em que há um imperativo da participação da comunidade local nos processos de desenvolvimento do turismo sustentável, a ponto de considerá-la protagonista. Embora se identifiquem, nas últimas décadas, iniciativas no sentido de conscientizar a comunidade receptora para “bem receber” o turista, essa disposição não abarca a totalidade de medidas/ações que deveriam envolver os processos de desenvolvimento turístico, dentre as quais é possível citar a sensibilização da comunidade autóctone. Dessa forma, busca-se investigar o papel da sensibilização da comunidade receptora, no que diz respeito ao envolvimento da mesma na gestão de políticas turísticas locais/regionais de forma mais eficaz e eficiente.

Assim sendo, tem-se como questão norteadora da investigação a seguinte indagação: os padrões das práticas de sensibilização turística vigentes constituem-se em condicionantes para o desenvolvimento do turismo sustentável de um destino local ou regional? Logo, procurar-se-á apontar possíveis pontos positivos e/ou fragilidades dessa sensibilização, da forma pela qual tem sido concebida e disseminada, em especial pelo Programa de Regionalização do Turismo.

Este artigo envolve uma pesquisa que se caracteriza pelo modelo qualitativo e pelo caráter exploratório. Quanto aos procedimentos de pesquisa, realizou-se um levantamento bibliográfico e documental, de forma a remeter-se ao conhecimento disponível na área que compreende a sensibilização para o turismo e a hospitalidade, analisando-o do ponto de vista de suas contribuições para a compreensão do problema a ser investigado (KÖCHE, 2009).

Para a construção do referencial teórico, o qual baliza as reflexões aqui apresentadas, recorre-se à literatura atual na perspectiva de extrair os conceitos-chave relacionados à discussão aqui instaurada, na tentativa de elucidar

satisfatoriamente as categorias de análise, além de identificar e caracterizar as variáveis envolvidas na problematização aqui explicitada.

1 O TURISMO NO CONTEXTO SOCIAL DOS PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL

Falar do turismo como indutor do desenvolvimento regional sustentável é mencionar seus impactos positivos, nas áreas econômica, ambiental, cultural e social e, ao mesmo tempo política e institucional.

O Ministério do Turismo considera, através do seu Plano Nacional, que o turismo pode ser uma importante ferramenta para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio¹, particularmente com relação à erradicação da extrema pobreza e da fome, à garantia de sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria mundial para o desenvolvimento. O Ministério tem em sua concepção que o brasileiro deve ser o principal beneficiado pelo desenvolvimento do turismo no país, e, em sua “viagem de inclusão”², procura evidenciar a consecução dos objetivos sociais (como, por exemplo, a inclusão), como foco do modelo de desenvolvimento proposto, sendo o turismo um potencial meio para isso. Assim posto, tendo como foco a perspectiva do planejamento do turismo sustentável, procede-se a um rol de possíveis benesses advindas desse processo.

A comunidade receptora pode ser beneficiada pelo turismo ao ter suas empresas e negócios integrados à cadeia produtiva do turismo, que promove um evidente crescimento econômico e conduz à mudança social (BENI, 2006). Para o mesmo autor (2006, p. 44): “[...] o turismo é um meio de desenvolvimento suscetível de fazer progredir os povos e nações”. Esse progresso não pode mais ser entendido sob uma ótica restrita: o turismo colabora para o “progresso” não só material, mas também no sentido de qualificar as comunidades receptoras. Do mesmo modo, de acordo com Moesch (2008), o turismo possuiria uma grande capacidade de atuar

¹ “Em 2000, a ONU – Organização das Nações Unidas, ao analisar os maiores problemas mundiais, estabeleceu 8 Objetivos do Milênio – ODM, que no Brasil são chamados de 8 Jeitos de Mudar o Mundo”. Em geral, esses objetivos contemplam as áreas: saúde, educação, igualdade, qualidade de vida, meio ambiente e desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.objetivosdomilenio.org.br/index.asp>> Acesso em: 19 abr. 2011.

² Refere-se ao título do Plano Nacional de Turismo 2007-2010.

favoravelmente nessa direção, seja pela dinamização da economia ou pela geração de bem-estar social, por trabalhar com a autoestima da comunidade receptora.

No campo social, o turismo atua fortemente, impactando tanto de forma positiva quanto negativa. A título de exemplificação pode-se considerar que, se, por um lado, o turismo pode gerar o êxodo rural, ele pode também “sustar” a emigração. Scheyvens apud Beni (2006) também cita como impactos do turismo na população local: oportunidades de emprego, de negócios; maior autoestima, entre outros. Sendo assim, a gama de contribuições do setor do turismo para o desenvolvimento regional de uma área vai desde o encorajamento da comunidade para a cooperação, até aspectos mais visíveis, como melhoria dos níveis de renda de parcelas da população. Então, o turismo, se planejado adequadamente, pode ser um protagonista do processo de desenvolvimento regional sustentável, pois permite avanços em termos não apenas econômicos, ambientais e culturais, mas também sociais, privilegiando a sustentabilidade.

Seguindo essa linha de pensamento, Moesch (2006) corrobora as proposições colocadas anteriormente quanto às possibilidades de o turismo induzir o desenvolvimento regional sustentável. Há que se atentar para o fato de que o turismo, pressupondo um fluxo de renda, em geral, de uma região mais rica para outra menos favorecida, faz com que uma das premissas do desenvolvimento regional seja contemplada – o equilíbrio intrarregional – levando renda, infraestrutura e qualidade de vida a regiões mais carentes, ditas de outro modo, periféricas.

Não se pode prescindir, nesse sentido, da observância dos preceitos da sustentabilidade. Delimitado o escopo deste trabalho, procurar-se-á realizar uma aproximação de componentes da sustentabilidade sociocultural³, como a participação social e a autonomia de comunidades receptoras, por exemplo.

2 A IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO SOCIAL

A comunidade receptora ou comunidade local – assim comumente denominadas – estão representadas, para fins de elaboração deste estudo, pelos

³ Processo que visa à melhoria da qualidade de vida e redução dos níveis de exclusão social por meio de uma distribuição mais justa de renda e dos bens (BRASIL, 2004, p. 12).

mais diversos segmentos de atores que formam o conjunto da sociedade, entendendo-se, em esfera representativa ou participativa, propriamente dita, o setor privado, o Estado e a sociedade civil.

A participação não pode ser vista como mero requisito metodológico na estratégia de sensibilização e conscientização da população. Ela é muito mais do que um atributo do diagnóstico ou um recurso da ação planejadora. Participativo não é o processo em que apenas se assegura a oportunidade da participação, mas aquele que a promove em todos os sentidos, porque nela deposita sua própria condição de vitalidade. Isto significa acreditar muito mais nas pessoas do que estamos acostumados, possibilitando e condicionando sua participação qualitativa e não apenas quantitativa (MARTINS, 2002). Desse modo, a participação social das comunidades locais e regionais não se restringe às estratégias consultivas e reivindicatórias das políticas turísticas; se estende à esfera representativa institucionalizada e a chamada gestão compartilhada.

Ter-se-ia como uma das vantagens da sustentabilidade, segundo o Ministério do Turismo, o fortalecimento da participação dos atores e a criação de redes de turismo inclusivo (BRASIL, 2004). O referido órgão preconiza a participação como elemento fortalecedor da cidadania⁴ e favorecedor do crescimento social, político, entre outros (2004). Defende, ainda, que “[...] qualquer programa ou projeto participativo deve propiciar os meios e as condições para que os envolvidos possam atuar em todas as etapas do processo” (2004, p. 12) de desenvolvimento. Entre as finalidades da participação pode-se apontar: “[...] integrar de forma organizada, porém diferenciada, os interesses das pessoas e segmentos envolvidos, tornando-os agentes de transformação e protagonistas do processo” (BRASIL, 2004, p. 15).

Na tentativa de elucidar a participação social no turismo, remete-se à conhecida Agenda 21⁵, na qual é reconhecido que: “[...] os critérios de qualidade

⁴ “Em todo o processo, torna-se indispensável a participação da comunidade com pleno exercício da *cidadania* gerando direito sobre o conhecimento e propiciando acesso aos serviços de saúde, educação, assistência social e lazer, entre outros” (ibidem, p. 14) [grifo nosso].

⁵ Agenda 21 é um dos principais legados do Rio 92 – Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (BRASIL, 2004).

dirigidos à conservação do destino turístico e à satisfação do turista devem ser determinadas em conjunto com as comunidades locais” (BRASIL, 2004, p. 13).

É importante mencionar também que, segundo Petersen e Romano (apud IRVING 2009, p. 113), projetos bem-sucedidos de desenvolvimento estão, em geral, associados a duas características interdependentes: “1. Enfoque local no processo de desenvolvimento; 2. Participação da sociedade local na elaboração e implementação de projetos e demais iniciativas”.

Apontam-se também como virtudes da participação, o protagonismo social e a sustentabilidade das ações. Indo ao encontro dessa ideia, Becker e Bandeira (2000) destacam que a participação, democrática e também instrumental, promove: eficiência, combate à corrupção, acúmulo de capital social e fortalecimento da competitividade sistêmica, consolidando identidades regionais, por trabalhar com consensos básicos importantes.

A título de exemplificação remete-se às considerações do Ministério do Turismo, o qual versa sobre o então Programa de Regionalização do Turismo: “O modelo de gestão do Programa [...] foi concebido com foco na ampliação da participação dos atores [...]” (BRASIL, 2004, p. 16).

Da mesma forma, Rover (2004) relaciona o desenvolvimento local à necessidade de participação nesse processo. Segundo ele, só através de uma participação efetiva da comunidade local é que se poderiam contemplar as reais necessidades e assim atuar favoravelmente na qualidade de vida de uma coletividade. Nesse sentido, há uma recomendação de que os mecanismos de participação devem ser construídos em bases sólidas, o que:

[...] exige um esforço prévio de constituição institucional, que leve ao surgimento e à consolidação de organizações que dediquem, em caráter permanente, a conscientizar a comunidade sobre a natureza dos problemas regionais, buscando simultaneamente envolvê-la na formulação e na implementação de ações voltadas para a superação desses problemas (BECKER e WITTMAN, 2008, p. 28).

Assim, para deflagrar um projeto integrado de desenvolvimento do turismo, o qual pressupõe ampla participação, seria importante sensibilizar a comunidade, não só para os benefícios econômicos do turismo, mas também para a problemática

social local e, a partir disso, vislumbrar o turismo nos seus impactos sociais positivos e na sustentabilidade que engendra.

Há que se alertar, contudo, que “[...] as práticas participativas não podem ser encaradas como procedimentos infalíveis, capazes de sempre proporcionar soluções adequadas para problemas de todos os tipos” (BECKER e BANDEIRA, 2000, p. 61), principalmente quando o assunto é tomada de decisões. Além disso, processos mal concebidos podem “[...] gerar descrença quanto à própria viabilidade, conveniência e credibilidade das práticas participativas” (BECKER e BANDEIRA, 2000, p. 62). Cabe lembrar que é por meio da participação social no processo de decisão e construção regional que poderá se garantir a adaptação rápida às constantes mudanças provenientes do dinamismo global (BECKER e WITTMANN, 2008). Sendo a participação pensada dessa forma, a autonomia das comunidades poderia ser realmente alcançada. Reitera-se, embora prescritivamente, que “[...] uma sociedade mais organizada socialmente é uma sociedade mais participativa politicamente. E uma sociedade mais participativa politicamente é uma sociedade muito mais desenvolvida economicamente” (BECKER e WITTMANN, 2008, p. 61).

O desenvolvimento teria uma dimensão política determinante: “[...] o envolvimento que dá movimento ao desenvolvimento ocorre através da passagem do momento meramente econômico (momento do individualismo ou egoísta-passional) para o momento político (momento coletivo e ético-ideológico) [...]” (BECKER e WITTMANN, p. 56). Nesses termos, torna-se evidente que a participação transpõe seu cunho consultivo para alcançar dimensões deliberativas, ligadas a uma noção de gestão compartilhada, pressupondo que, para

[...] um planejamento participativo que é aquele baseado no princípio da descentralização, no desenvolvimento de ações conjuntas, necessita-se do envolvimento das pessoas, buscando sempre a valorização do potencial humano. Para uma melhor evolução deste processo, deve-se buscar a alternância entre ação – reflexão – ação para que, dessa maneira se possam gerar gradativamente as condições necessárias para a auto-gestão (CORDIOLI, 2001, p. 19).

É nessa perspectiva que se realizam as análises propostas e se tecem as considerações concernentes à participação, na sua interface com a sensibilização e o desenvolvimento turístico.

3 O APORTE DA SENSIBILIZAÇÃO

Muito se fala em conscientização turística do *trade* ou das comunidades receptoras. Essa conscientização é, por vezes, propagada através de cartilhas dirigidas à população local, em especial aos setores produtivos. Por vezes tais modelos de conscientização podem se apresentar como sendo de difícil implementação, dada a pertinência da concepção da proposta ou até mesmo a visão setorial impressa.

Nesses termos, a alternativa da sensibilização poderia ser definida como “[...] um processo educativo de tornar sensível possibilitando uma vivência que pode construir conhecimentos não só pela racionalidade, mas também a partir das sensações, intuição e sentimentos” (MOURA, 2004, p. 3). Reconhecidamente haveria uma lacuna teórica no sentido da compreensão do conceito bem como na sua utilização coerente (MOURA, 2004). Através da sensibilização, procurar-se-ia estimular o espírito crítico de cada participante, tornando-o sensível e aberto ao desenvolvimento de ideias pactuadas por um grupo (CORDIOLI, 2001).

Como objetivo da sensibilização impõe-se a tentativa de minimização de resistências a ideias alternativas e posturas novas (BRASIL, 2004). No rol de externalidades positivas da sustentabilidade, situar-se-ia, justamente, “[...] o fortalecimento da cidadania e da sensibilização da população local sobre o desenvolvimento de produtos com base sustentável” (BRASIL, 2004, p. 13). Logo, cidadania e sensibilização, juntos, parecem ser elementos indissociáveis das questões de turismo sustentável.

Remetendo-se à constituição de instâncias de governança do turismo regional, instâncias estas privilegiadas em sua proposta macro, o Ministério do Turismo considera que a sensibilização pode ser “mola propulsora” para identificação de seus possíveis integrantes e sua criação (BRASIL, 2004). É na sensibilização que se identificariam e/ou definiriam os mobilizadores, aos quais caberá o papel de “multiplicadores” e “animadores” (BRASIL, 2004).

3.1 A POLÍTICA NACIONAL DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO

No então Programa de Regionalização⁶ do Ministério do Turismo, que se desdobrou no macroprograma de Regionalização (2007-2010), há nove módulos operacionais: a sensibilização aparece em primeiro lugar, logo em seguida a mobilização. A roteirização turística, por sua vez, é o sétimo módulo. Porém o Ministério não os apresenta necessariamente como sequenciais (BRASIL, 2004). Na prática verifica-se que, de fato, tal sequência não vem sendo seguida por uma grande parte das regiões turísticas.

O Ministério do Turismo preconiza, contudo, que os módulos devem possuir elos entre si. Nesse sentido, propõe que a sensibilização seria um processo permanente que deve permear todos os demais (BRASIL, 2004).

É necessário sensibilizar todos os envolvidos para que assumam a responsabilidade sobre o desenvolvimento da região turística em que estão inseridos. O papel do Governo neste módulo é o de catalisador, contribuindo para a transferência de participantes do processo em protagonistas do desenvolvimento regional e nacional (BRASIL, 2004, p. 21).

Tomando como base as premissas da regionalização apregoada pelo Ministério do Turismo – entre elas encontra-se o módulo operacional da sensibilização – dir-se-ia que tal sensibilização constitui-se como um tópico emergente em termos de políticas públicas para o turismo regional sustentável. Para o referido órgão:

Sensibilizar é oferecer, às pessoas da comunidade ou da região, os meios e os procedimentos que as façam perceber novas possibilidades e lhes permitam enfrentar as mudanças e as transformações necessárias quando se adota uma nova postura frente ao turismo (BRASIL, 2007, p. 17).

Quando o Ministério introduz a questão da sensibilização, reporta-se a uma proposta a partir da qual a comunidade receptora faria o exercício de olhar seu local - e entorno - como quem não os vê corriqueiramente, ou seja, ver com olhos “novos” para que a indiferença da comunidade em relação ao seu território local e/ou

⁶ Ganhou *status* de macroprograma através do Plano Nacional de Turismo 2007-2011, englobando quatro programas.

regional não se instaure (BRASIL, 2007). Procura-se combater também uma possível indiferença da comunidade receptora quanto à atividade do turismo, já que se pretende que seja a protagonista do desenvolvimento turístico sustentável local e/ou regional.

Assim, trabalha-se a sensibilização como um processo com vistas ao (re)conhecimento dos valores – de carga simbólica ou material – que poderiam ser atribuídos à comunidade e a seu território, numa tentativa de promover participação engajada, que por conseguinte garantiria endogenia no processo de desenvolvimento turístico.

Significaria, na prática, persuadir as pessoas da comunidade de que sua organização e seu envolvimento seriam condições essenciais para o fortalecimento de sua região (BRASIL, 2007). Nesse sentido, adverte-se que:

Para desenvolver o processo de sensibilização [...] são necessárias mudanças de percepção e de comportamento, mediante o conhecimento do objeto transformador da realidade em análise: o turismo. [...]. Deste modo, torna-se mais importante o querer coletivo do que o ideal individual (BRASIL, 2007, p. 118).

“A sensibilização também tem a tarefa de promover a discussão de conceitos, para que haja um nivelamento quanto aos entendimentos dos mesmos” (BRASIL, 2004, p. 21). Por meio da sensibilização seria possível alcançar sinergia e parcerias entre poder público, iniciativa privada, sociedade civil e instituições de ensino, as quais figurariam enquanto atores protagonistas (BRASIL, 2007). Assim sendo, apontam-se mais algumas facetas do papel exercido pela sensibilização nos processos de fomento ao turismo sustentável.

Assume-se que o poder público seria o incentivador nos processos de sensibilização dos atores sociais envolvidos, os quais, por sua vez, impulsionariam o desenvolvimento turístico sustentável em nível local e regional (BRASIL, 2007).

Por fim, defende-se que a sensibilização favoreceria o comprometimento com propostas inovadoras, sendo um recurso útil quando se tem a intenção de motivar e levar o indivíduo e/ou grupo a agir em prol do desenvolvimento da região turística, “o bem maior” (BRASIL, 2007, p. 22).

Tal abordagem aproxima-se dos requisitos e das características intrínsecas ao processo de mobilização social com vistas ao desenvolvimento do turismo regional sustentável.

4 MOBILIZAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

Considera-se que a mobilização possui nas lideranças fortalecidas⁷ e amplamente legitimadas um de seus principais – mas não exclusivo – meio para que possa difundir-se e consolidar-se. É no processo de sensibilização que se identificam, motivam e encorajam lideranças locais e regionais para assumirem com vigor a tarefa de consolidar a sensibilização, mobilização, empoderamento e autonomia nos domínios de uma comunidade⁸, própria a um destino turístico real ou potencial.

Em meio às ações de regionalização do Ministério do Turismo, consideravam-se, ainda em 2004, por exemplo, a mobilização e a articulação entre atores, princípios básicos do seu programa de regionalização. Nos processos de mobilização com vistas ao desenvolvimento de base local, necessita-se buscar uma articulação eficaz, sendo que

para garantir o envolvimento da comunidade nesse processo de desenvolvimento, deve haver uma gestão turística que identifique, mobilize e arregimente os agentes institucionais e atores sociais, as lideranças comunitárias, políticas e empresariais da região (MOESCH, 2006, p. 65).

Trata-se de mobilização social, em que a participação é intrínseca, na qual a comunicação deve ser libertadora e dialógica, devendo haver co-responsabilidade: “[Trata-se de] um processo de convocação de vontades para uma mudança de

⁷ Os participantes, no caso do Programa de Regionalização do Ministério do Turismo, deveriam representar organizações sociais da comunidade local e possuir “reconhecida” liderança (BRASIL, 2004).

⁸ O conceito de comunidade não é apenas uma “construção” (modelo), é uma “Construção Sociológica.” É um conjunto de interações, comportamentos humanos com significado e expectativas entre os seus membros. Não se trata apenas de uma ação isolada, mas de um conjunto de ações que têm como base a partilha de expectativas, valores, crenças e significados entre os indivíduos. BARTLE, Phil. **O que é comunidade?** Uma Perspectiva Sociológica. Disponível em: <<http://www.scn.org/mpfc/whatcomp.htm>> Acesso em: 19 abr. 2011.

realidade por meio de propósitos comuns estabelecidos em consenso [...]” (BENI, 2006, p. 61).

Em outras palavras, mobilização significa, na prática, que os “agentes locais” se reconheçam como sujeitos de seu próprio desenvolvimento (BRASIL, 2004). A sensibilização – dotada dos instrumentos adequados – pode representar uma estratégia eficiente com vistas à consecução desse quadro favorável.

5 AUTONOMIA E EMPODERAMENTO DA COMUNIDADE RECEPTORA

Os elementos da participação e mobilização citados nos últimos parágrafos apontam para uma autonomia (que é coletiva, social) em construção. Se forem os atores sociais locais os protagonistas de um processo de planejamento de políticas de desenvolvimento para seu território, eles devem ser imbuídos de autonomia para que possam atuar de forma articulada e pró-ativa.

A dimensão de empoderamento, neste estudo, constitui-se como condição para o tão defendido “protagonismo” da comunidade receptora – local e regional – no processo de desenvolvimento territorial⁹ do turismo sustentável, que, por sua vez, impõe-se em sendo manifestação de propriedade endógena do desenvolvimento. A endogenia representa o dimensionamento das potencialidades do território, buscando promover a inclusão social, por meio da crescente renda e empregabilidade, estimular a capacidade de treinamento de recursos humanos visando ações empreendedoras. Ela representa também o dimensionando do capital social¹⁰ básico da comunidade.

Conforme reforçado por Becker e Wittman a autonomia se constitui como

[...] a base do desenvolvimento, este encarado como o processo de auto-instituição da sociedade rumo a mais liberdade e menos desigualdade [...]. Uma sociedade autônoma é aquela que logra defender e gerir livremente seu território, catalisador da identidade cultural e ao mesmo tempo contingente de recursos (2008, p. 194).

⁹ Modelo de desenvolvimento calcado no espaço territorial, que seria “[...] a estrutura física potencial ocupada pela comunidade na sua área de abrangência” (BENI, 2006, p. 65).

¹⁰ Capital social pode ser definido como “[...] um conjunto de características socioculturais que aumentam a propensão dos atores sociais para colaboração e para o empreendimento de ações coletivas” (BECKER e WITTMANN, 2008, p. 24).

Nesse quadro, situa-se o cenário brasileiro em termos de turismo para a sustentabilidade, sendo que a participação dos atores sociais envolvidos é citada como requisito para tal modelo de desenvolvimento turístico:

Assim, as discussões realizadas no Brasil e no mundo sobre turismo e sustentabilidade passaram a recomendar para a prática turística: a conservação dos recursos naturais e culturais, o compromisso de desenvolvimento socioeconômico das comunidades receptoras e a participação dos atores sociais em todas as etapas do processo de planejamento e implementação de projetos, com a geração de benefícios para a população local e sua *autonomia* no processo de decisão (IRVING, 2009, p. 112) [grifo nosso].

Desenvolvimento local – regional sustentável lida diretamente com uma propriedade endógena, que pode representar, além do que já foi aventado anteriormente, o fortalecimento de competências colaborativas e cooperativas que vem de “dentro para fora”, o que significa, na prática, o empoderamento de uma comunidade, pautando-se por características de integração e cooperação.

A ideia de poder endógeno relaciona-se, diretamente, ao conceito de “empoderamento”, derivado do inglês “*empowerment*”, conceito este que começa a ser difundido a partir dos anos 1970, nos EUA, e que embora tenha íntima relação com o ambiente empresarial, é assimilado por cientistas sociais que lhe atribuem uma abordagem humanitária (CRUZ, 2009, p. 102).

Participação comunitária e empoderamento, para fins deste estudo, são coletivos e vão além da simples participação, pressupondo participação crítica e ativa.

Por fim, a autonomia nos processos de desenvolvimento turístico regional sustentável, advinda de um estímulo à preconizada descentralização¹¹ da gestão pública, pode se referir tanto às organizações, quanto estendido à comunidade receptora no seu sentido mais amplo. Mesmo considerando que as organizações sejam representações de segmentos sociais, no caso deste artigo, foi necessário deter-se ao caso da comunidade receptora e/ou local: poder público, iniciativa privada e sociedade civil organizada.

¹¹ “A descentralização do processo decisório é condição básica para a efetivação das políticas públicas e sociais” (BRASIL, 2004, p. 16).

6 RESSIGNIFICANDO O PAPEL DAS COMUNIDADES RECEPTORAS SENSIBILIZADAS PARA O TURISMO

Diante das reflexões propostas até aqui, remete-se a uma breve caracterização do chamado mercado turístico pós-industrial, na intenção de evidenciar o papel das comunidades receptoras sensibilizadas em uma atual construção de destinos turísticos mais sustentáveis, os quais podem ganhar visibilidade justamente a partir de suas características éticas, “verdes” e de responsabilidade compartilhada, que resumidamente poderiam representar a observância do imperativo sustentável dos destinos turísticos, que começaria pelo protagonismo da comunidade receptora.

Entre as características do que Molina denomina “novo mercado turístico” estariam as novas expectativas das comunidades locais, as quais estariam mais preparadas para reivindicar benefícios diretos do turismo, ao contrário do modelo turístico industrial, que não teria gerado desenvolvimento social satisfatório para elas. Dentre as forças condicionantes do mercado turístico figuraria a tendência, por parte da comunidade local, de apreciar e valorizar seus recursos e se conscientizar sobre seu papel para o desenvolvimento (MOLINA, 2003).

Paralelo a isso, o conceito de hospitalidade, incluindo a da comunidade receptora para com os turistas, torna-se parte importante das práticas turísticas, adquirindo dimensões estratégicas. Nesse sentido, o modelo do turismo pós-industrial estrutura-se a partir de movimentos sociais e culturais, que afetariam, entre outras coisas, o papel das comunidades locais (MOLINA, 2003).

Diante da persistente necessidade de se oferecer novas opções, frente às tendências dos consumidores (turistas), teriam sido colocados no mercado dois tipos de produto: um primeiro típico dos parques temáticos e, um segundo, que exploraria recursos e situações culturais e sociais locais requerendo menores investimentos (MOLINA, 2003). “O êxito crescente de todos esses produtos não resulta de uma moda, mas sim de uma firme tendência social que se encontra no âmago da cultura da primeira metade do século XXI” (MOLINA, 2003, p. 91).

Evidenciando a noção de “autodesenvolvimento” dos destinos, a qual aproximar-se-ia das premissas do desenvolvimento regional sustentável, Molina

(2003) defende que se priorizem projetos conjuntos promovidos pelas instituições governamentais, contando com participação comunitária. Esse quadro requereria, em outras palavras, o aumento da participação dos grupos humanos e da sociedade local, sob cujo esquema repousaria o conceito e as práticas de aprendizagem (MOLINA, 2003). Haveria uma relativa similitude de propósitos entre tal perspectiva e as práticas de sensibilização turística abordadas neste trabalho.

Dentro de novas formas de se identificar nichos de mercado, ainda segundo Molina (2003) estaria o “consumo como experiência”. Nesse espectro estariam contempladas desde questões relacionadas à fruição de atrativos pertencentes, por exemplo, ao patrimônio e à paisagem natural de um destino até mesmo questões de ordem sociocultural, tais como os padrões culturais e as relações sociais estabelecidas local e regionalmente, que poderiam ser manifestos através de um conjunto maior que é a hospitalidade da comunidade receptora.

Swarbrooke (2001) aponta a emergência de um turista cujo interesse recai sobre as “questões verdes” e de sustentabilidade, a qual não se esgotaria em questões ambientais. Haveria também um turista preocupado em abarcar, quando de suas viagens, questões éticas, como a preocupação com a mão-de-obra local e o repasse dos benefícios do turismo à comunidade na qual se territorializa. A consecução desse quadro favorável poderia ser factível quando a comunidade receptiva estivesse sensibilizada, podendo atuar assim de forma proativa, minimizando e mitigando possíveis impactos sociais negativos do local onde reside.

Despontaria, assim, uma necessidade ambivalente: ao mesmo tempo em que surge por parte da comunidade receptora a necessidade de rever seu papel no desenvolvimento turístico, assim também o sujeito do turismo – tido como consumidor-turista – o exigiria; prospectam-se aí novos padrões de consumo: “[...] observamos que os sujeitos dessa atividade reivindicam para si o *status* e legitimidade diferenciados, mediante um discurso relativamente articulado, que enfatiza a busca de uma relação de troca menos mediada e [mais] profunda com o outro e com a natureza” (LABATE, 2000, p. 58). Nesse novo padrão de consumo, dar-se-ia maior valor às trocas entre os sujeitos, da forma mais desejável e profícua possível. Incluem-se aí as trocas entre os turistas e comunidade receptora sensibilizada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verifica-se que, em matéria de sensibilização turística das comunidades locais e regionais, as políticas públicas correlatas têm perseguido uma visão interinstitucional com áreas afins ao turismo, o que é desejável. Por outro lado, entende-se a abordagem de sensibilização vigente no país como fragmentada. Porém, ao remeter-se à concepção sistêmica de turismo, é possível constatar que há uma contingência no que diz respeito à difusão da sensibilização para o turismo de forma ainda mais consistente e contínua no país. Há, nesse sentido, que se desfragmentar a visão de sensibilização turística das comunidades receptoras, ora vigente, e abordá-la numa forma mais ampla. Isto poderia se dar por meio da contemplação de diversas temáticas inerentes à sensibilização, a começar pela hospitalidade, passando pelo lazer, por questões de inserção mercadológica de empresas turísticas, qualificação profissional e, inclusive, pelos processos de regionalização turística – que trazem consigo a necessidade de se privilegiar espaços para participação.

Leva-se em conta a relevância da estruturação e diversificação da oferta turística, da qualificação profissional dos envolvidos, e da qualidade de equipamentos e serviços turísticos. Porém, questiona-se até que ponto estas se constituem como condições suficientes para a consolidação do turismo regional sustentável. A sensibilização pode contribuir nesse processo.

Nesse sentido, pode-se realizar, a partir deste trabalho, uma discussão preliminar na tentativa de aproximar o que se entende como premissas de desenvolvimento regional à relevância de se promover a sensibilização turística das comunidades receptoras, tanto pela sustentabilidade que isso engendra, quanto pelas possibilidades em termos de hospitalidade dos destinos turísticos.

REFERÊNCIAS

BECKER, Dinizar Femiano e Milton Wittmann (org). **Desenvolvimento Regional: abordagens interdisciplinares**. 2. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.

_____. Dinizar Femiano e Pedro Silveira Bandeira (org). **Desenvolvimento local-regional: determinantes e desafios contemporâneos**. Vol. 1. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000.

BENI, Mario Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006 (Série Turismo).

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo** - Roteiros do Brasil : Módulo Operacional 1: Sensibilização / Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/modulo_operacional_1_sensibilizacao.pdf> Acesso em: 04 mai. 2011.

_____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**: Roteiros do Brasil: Diretrizes Operacionais. Brasília: Ministério do Turismo, 2004. Disponível em: <http://www.gestour.com.br/salao_turismo/diretrizes_operacionais.pdf> Acesso em: 19 abr. 2011.

CORDIOLI, Sérgio. **Enfoque Participativo**: um processo de mudança: conceitos, instrumentos e aplicação prática. Porto Alegre: Gênese, 2001.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Turismo, produção do espaço e desenvolvimento desigual: para pensar a realidade brasileira. In: BARTHOLO, R; SAN SOLO, D; BURSZTYN, I (org.) **Turismo de Base Comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Brasília: Letra e Imagem, 2009.

IRVING, Marta de Azevedo. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária – inovar é possível? In: BARTHOLO, R; SAN SOLO, D; BURSZTYN, I

(org.) **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Brasília: Letra e Imagem, 2009.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa.** 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

LABATE, Beatriz Caiuby. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade In: SERRANO, C; BRUHNS, H. T; LUCHIARI, M. T. D. P (org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo.** Campinas: Papirus, 2000.

MARTINS, Sérgio Ricardo O. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. In: **Interações.** Campo Grande, v.3, n.5, p.51-58, setembro de 2002.

MOESCH, Marutschka Martini (org). **Documento da I Conferência Municipal de Turismo de Viamão.** Viamão: Prefeitura Municipal, 2006.

_____. Norma Martini. Turismo: virtudes e pecados. In: GASTAL, Susana (org.). **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer.** 4. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008 (Coleção Comunicação).

MOLINA, Sergio. **O pós-turismo** / Sérgio Molina; tradução Roberto Sperling. - São Paulo: Aleph, 2003. - (Série Turismo).

MOURA, Ana Carolina Salgueiro. **Sensibilização: diferentes olhares em busca de significados.** 2004. Dissertação (Mestrado em Educação Ambiental), Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2004. Disponível em: <www.nema-rs.org.br/teses/sensibilizacao.pdf> Acesso em: 20 abr. 2011.

ROVER, Oscar José. Indicações para uma agenda de desenvolvimento rural brasileira no sec. XXI considerando a realidade brasileira. In: **Cadernos de Economia Unochapecó**, ano 08, n. 15. Chapecó: Argos, 2004.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Série Turismo).