

TRILHA DAS ÁGUAS: COMUNICAÇÃO E PEDAGOGIA PARA UM TURISMO SUSTENTÁVEL

João Cláudio Soares de SOUZA
Pedagogo pela Universidade do
Estado da Bahia

André Soares dos SANTOS
Bacharel em Relações Públicas pela
Universidade do Estado da Bahia

RESUMO

Este artigo apresenta o projeto interdisciplinar "Trilha das Águas: Comunicação e Pedagogia para um Turismo Sustentável", que elege o romance de João Ubaldo Ribeiro, "Viva o Povo Brasileiro", como base cultural para uma proposta de roteiros turístico-educativos para a cidade de Itaparica, na Bahia.

Palavras-chave: Educação. Literatura. Turismo.

ABSTRACT

This article deals with the interdisciplinary project "The Way of the Waters: Communication and Pedagogy for a maintainable tourism", which has chosen João Ubaldo Ribeiro's novel, "Viva o povo brasileiro", as the cultural basis for a proposal to establish tourist-educational routes for Itaparica, in Bahia.

Key-words: Education. Literature. Tourism.

TURISMO COMO BEM CULTURAL

Onovo desenho para políticas ambientais, no mundo inteiro, exige uma especial atenção ao bem cultural como forma de assegurar a sociodiversidade que seria equivalente à biodiversidade. A degradação ambiental se dá ao nível natural e também sociocultural, com a perda da memória cultural de grupos sociais e pessoas, principalmente com um turismo desenfreado que só visa lucros.

A revista *Le Courier* da UNESCO, publicada em julho/agosto 99, traz uma série de artigos sobre as relações entre o Turismo e a Cultura como um casamento de interesses. Sob as bases da sustentabilidade, muitas populações locais têm administrado os fluxos turísticos tirando benefício para a preservação de seus patrimônios e suas tradições, e assim freado um tipo de turismo predador. Como exemplo, os indígenas do Canadá e da Austrália já dirigem várias empresas turísticas, levando os visitantes a respeitarem seus costumes e a apreciarem sua gastronomia e atividades sagradas dentro dos limites estipulados por eles.

Nesse contexto, a riqueza dos modos de vida e comportamento brasileiros pode ser potencializada, no sentido de atrair grupos de turistas culturais que seriam liderados pelas populações autóctones, devidamente conscientizadas.

A expansão do Turismo na contemporaneidade está ligada ao progresso econômico, às novas tecnologias de comunicação e informação, às facilidades de circulação e ao desenvolvimento e democratização dos meios de transporte. O Turismo é visto com novos olhos, passando a ser objeto de atenção dos governos, diante de sua importância socioeconômica.

O mercado internacional do Turismo deu um salto de 25 milhões de visitantes, em 1950, para 500 milhões, em 1990. No ano de 2000, alcançou a marca de 700 milhões. Quarenta por cento desse mercado se destinam à França, Estados Unidos e Espanha, os líderes do turismo mundial. Em 1999, pelos dados da *World Travel Tourism Council* (WTTC), o Turismo movimentou US\$ 3,8 trilhões, o que representou aproximadamente 11% do PIB mundial.

O Brasil pouco participa desse universo econômico, recebendo apenas 0,3 do mercado turístico. Desperdiça, assim, uma importante fonte de renda que poderia atenuar problemas socioeconômicos. Por outro lado, ao nível de

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

um turismo emissor, os brasileiros viajam, sendo os terceiros entre os clientes da Disneyworld e considerados os que mais gastam, perdendo apenas para os japoneses.

Por que o Brasil é tão inexpressivo no turismo receptivo, possuindo tantas atrações, e sobretudo 8 mil km de praias ensolaradas durante quase o ano todo? Descobrir as razões desse déficit é o objetivo maior de qualquer planejamento de comunicação para o turismo que vise a atingir o turista nacional, mas deseje, além de tudo, atrair o viajante internacional.

Para iniciar nossa pesquisa, formulamos algumas questões que servem de base para nossas indagações acerca da elaboração de roteiros de planejamento para os núcleos receptivos que queremos desenvolver, principalmente no Estado da Bahia.

1) Como o turismo receptivo brasileiro pode crescer em relação ao turismo mundial?

2) Como o turismo receptivo baiano pode crescer em relação ao turismo brasileiro e ao turismo mundial?

3) Pode o Turismo criar renda, melhorando sua distribuição regional e pessoal?

É de crucial importância contemplarmos respostas a essas questões, no sentido de colhermos os frutos sociais da expansão do Turismo relacionada ao desejado crescimento e desenvolvimento econômicos, a uma melhor distribuição de renda e ao aperfeiçoamento da qualidade de vida de nossas populações.

ORGANIZAÇÃO DA PESQUISA

Começamos a pesquisa construindo um plano de Relações Públicas pedagógico no qual a Comunicação é vista como um processo de inter-relação entre repertórios culturais e, nesse contexto, ela é dinamizada pela Semiótica que indica de que forma os signos entram em relações de significação determinadas. Distinguimos os signos de identidade local dos signos de conduta universal que, juntos, promovem interações profícuas para o desfrute de um turismo cultural consciente.

Continuamos desenvolvendo as estratégias de comunicação, mas na perspectiva das políticas de relacionamento que permitem mostrar como uma equipe pluridisciplinar, com estudantes de relações públicas, pedagogia, letras e urbanismo, é importante no processo turístico, pela capacidade de gerir a comunicação organizacional e aí envolver as comunidades, na busca da responsabilidade social. Com efeito, vários profissionais da comunicação já chamaram a atenção para a necessidade das relações públicas passarem a ser um verdadeiro *ser de relações* de acordo exatamente com a concepção de Paulo Freire (Peruzzo, 1986), oposta a um *ser de contactos*. O primeiro conota pluralidade, transcendência e dialogismo, enquanto que o segundo remete a uma idéia de mecanicidade a partir da qual um profissional reproduz interesses das elites.

Ora, a pedagogia freireana e a comunicação comunitária, que se desenvolve a partir da teoria das relações públicas na contra-mão, constituem uma bagagem fundamental para pensarmos formas de turismo cultural, com bases sustentáveis, em várias localidades de nosso estado. O Turismo também é uma área mal compreendida por muitos intelectuais e acadêmicos. Mas temos que sensibilizar muitos professores e alunos para o fato de que o Turismo envolve passeios ecológicos e culturais de cunho instrutivo, suscetíveis de complementar o conhecimento formal das salas de aula. Pensemos na utilização dos equipamentos turísticos para visitas de alunos aos museus, fortes, parques, etc., os patrimônios cultural e natural de Salvador, para ilustração das aulas de história, geografia, artes, literatura, arquitetura e ciências naturais. Alunos de comunicação da UNEB já realizaram projetos de turismo cultural em Canudos² que oferece um potencial científico inigualável. Dessa forma, a estruturação turística para o conhecimento deve ser estimulada, se diferenciando do turismo predatório em termos naturais e sociais. Nesse âmbito, construímos o quadro abaixo que nos mostra os principais conceitos que retiramos de áreas variadas para trabalharmos com uma forma de turismo cultural sustentável específica, em Itaparica, suscetível de ser aplicada a uma região mais ampla, o entorno da Baía de Todos os Santos, e a outros sítios ricos de potencialidades culturais.

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

Inter-relacionamento conceitual e interdisciplinaridade

Área	Conceitos	Definições	Bibliografia básica
Turismo. Ecologia humana. Política ambiental.	Diálogos entre povos. Desenvolvimento sustentável. Cultura da sustentabilidade. Agenda 21.	Reconhecimento universal em relação aos valores dos contactos entre povos distintos, da diversidade biológica, da heterogeneidade cultural e do pluralismo político.	Lage e Milone, Teoria e prática do Turismo, 2000. Licia Soares e João Cláudio Souza, Turismo Sustentável, 2002. Clóvis Cavalcanti, Desenvolvimento sustentável, 1997.
Literatura	Elementos da narrativa, perso- nagem, enredo, tempo, espaço, ambiente, ponto-de-vista.	Elementos que garantem a continuidade de um fluxo narrativo apontando para uma realidade social e ideológica.	Orlando Pires, Teoria Literária, 1981. João Ubaldo Ribeiro, <i>Viva o povo brasileiro</i> .
Pedagogia	Pedagogia da esperança. Interculturalidade.	Estabelecimento de metodologias que permitam converter as contribuições étnico-culturais em conteúdos educativos.	Paulo Freire
Comunicação	Relações públicas. Comunicação organizacional. Comunicação comunitária. Responsabilidade social.	Gestão estratégica dos processos comunicacionais nas organizações modernas. Gestão estratégica da comunicação nas diferentes comunidades. Conjunto de atribuições que a sociedade estipula para as instituições.	Margarida Kunsch, Relações públicas e comunicação organizacional, 1999. Cicília Peruzzo, Relações públicas e comunicação comunitária, 1999.

A formulação desse quadro, nessa fase de delimitação da pesquisa, se evidenciou importante por nos dotar de um aparelho teórico-metodológico fundamental para nossa abordagem interdisciplinar, de tal forma que passamos a explorá-lo no item seguinte relativo à nossa metodologia.

METODOLOGIA DA INTERDISCIPLINARIDADE TURISMO-LITERATURA-PEDAGOGIA: ROTEIROS EDUCATIVOS

O turismo que estamos advogando, associado às relações públicas e à pedagogia, segue uma metodologia de troca entre as várias organizações públicas e privadas e as comunidades. A partir dessa metodologia, as interações sócio-culturais não apenas põem em relevo as riquezas ancestrais das culturas comunitárias, muitas vezes ignoradas pelas novas gerações, mas fornece a essa comunidade a oportunidade de gerar renda e de participar da dinâmica sócio-econômica do local.

Na primeira área, estabelecemos os elos fundamentais entre o Turismo, a Ecologia humana e a Política ambiental no sentido de mostrarmos a criação de uma base econômica de suporte a populações determinadas, em termos de um horizonte de preservação da natureza e das culturas.

Refletindo sobre a Baía de Todos os Santos, observamos que, segundo *A Tarde* (13-05-2001), estima-se que o turismo náutico responde pelo emprego e pela renda de nove mil pessoas que vi-vem no entorno da Baía de Todos os Santos. Esta é a primeira do Brasil e terceira do mundo, com 1.052 km², 56 ilhas e condições de navegabilidade o ano inteiro. Assim, o projeto Via Náutica está sendo incrementado para potencializar a natureza náutica da baía e, posteriormente, do Estado da Bahia, que possui o maior litoral do Brasil, com 1.100 km de costa.

O projeto Via Náutica inclui uma hidrovia de 15 km com ponto de partida no Porto da Barra e que desemboca na Ribeira, passando por seis outros canais: Gamboa-União, Salvador Bahia Marina, armazéns 1 e 2 da CODEBA, Água de Meninos, Ponta do Humaitá e Bonfim. A primeira fase do projeto já foi concluída: a Ponta do Humaitá passou por reformas e foi revitalizada; atualmente, está em andamento parte das obras na Água de Meninos, onde fica o antigo prédio da Petrobrás, no Jiquitaia que se tornará espaço para a realização de uma feira de produtos do interior, cujas

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

mercadorias serão trazidas por saveiros das regiões do Recôncavo, Valença, Camamu e Ilhéus. A área será reservada, também, para a comercialização de artesanato e alimentos, podendo instaurar diversas formas de sustentabilidade para a região.

De posse dessas informações, elaboramos um primeiro projeto³ que articulava o Turismo à Literatura, no qual construímos roteiros a partir das tramas e personagens de Jorge Amado, como catalisadores de um projeto artístico e social em Salvador e na Baía de Todos os Santos. Com os roteiros amadianos, o hibridismo das culturas na Baía é privilegiado, se impondo como um eixo significativo relativo à história dos usos e valores culturais dos três povos que se enfrentaram no Novo Mundo. Os debates políticos e literários funcionam como substrato significativo para a compreensão do engajamento político e estético do escritor. No roteiro *Mar Morto*, por exemplo, as águas, com toda sua materialidade tátil, olfativa, visual e química, emergem efetivamente como lugar de passagem e travessia, onde se sedimentam, por outro lado, hábitos religiosos dirigindo comportamentos e modos de vida. Uma cultura específica, simbolizada em Iemanjá, saiu do continente africano, por via marítima, veio encontrar a cultura indígena (Paraguaçu) e se instalou no seio da cultura já hibridizada por várias influências, que a Baía emblematiza. Da mesma forma, a Baía, iconizada como um grande espelho de OXUN, ou sendo as águas dos seios de Iemanjá⁴, se afirma como signo hibridizado, pois foi batizada pelos Tupinambás como Kirimurê-Paraguaçu, onde habitariam homens-marinhos conhecidos como Ipupiaras.

Em seguida, organizamos seminários e palestras na biblioteca Juracy Magalhães de Itaparica, debatendo princípios básicos para a composição de roteiros no Recôncavo que dinamizam necessariamente a Trilha das Águas. Com efeito, a Ilha de Itaparica pode ser contemplada, a partir do olhar de poetas e escritores, para potencializar as condições de visita da Baía e do Recôncavo, inclusive incitando os moradores locais a se deslocarem pela região. Gregório de Matos já conotou, em sua lírica, o clima de prazer e alegria sentido nas praias com suas areias, experimentado com os frutos do mar e pescados frescos. A poética de Gregório formou uma rede semântica da *fertilidade* de Itaparica que já a registra como *rica de baleias*, pois João Ubaldo Ribeiro traz a denominação Ponta das Baleias, numa época em que a economia da Ilha devia girar em torno desses mamíferos marinhos.

Assim, continuamos a analisar o romance *Viva o povo brasileiro*, com o objetivo de selecionarmos personagens significativos para os programas principais da Agenda 21⁵, e elaboramos os três roteiros seguintes:

Programa *Nego Leléu (NL)*: Diz respeito ao bloco de programas da *Agenda Azul* que trata do mar, dos rios e das fontes. Será voltado para a comunidade de pescadores, com os repentistas e violeiros do Recôncavo, gente de cais e do mar. Comercialização de pescados.

Programa *Maria da Fé (MF)*: Articulado à *Agenda Marrom* que trata da sustentabilidade urbana. Maria da Fé é uma personagem guerreira que se envolve inclusive com a Guerra de Canudos. Ela dá origem a um roteiro da Independência, onde serão indicados os principais pontos de luta, culminando no 7 de janeiro, com a vitória simbólica dos Caboclos. Na trilha da Independência, são expostos produtos artesanais do recôncavo (cerâmica e rendas), pois Maria da Fé, é uma personagem emblemática da *alminha brasileira*, logo da identidade nacional.

Programa *Capiroba (CB)*. Articulado à *Agenda Verde* que trata dos remanescentes da Mata Atlântica e dos manguezais. Será voltado para as trilhas ecológicas da Ilha.

Do ponto de vista pedagógico, fica óbvio que é necessário trabalhar com as crianças os conteúdos relacionados ao contexto itaparicano numa discussão político-pedagógica, segundo as próprias palavras de Paulo Freire. Como o diz Yara de Ataíde (1997), Paulo Freire suscitou muitas questões sobre o desafio de fazer da educação uma prática de liberdade em direção de um verdadeiro processo de humanização. A *Pedagogia da esperança* orienta a concepção de metodologias aptas a utilizar contribuições étnico-culturais em conteúdos educativos; o projeto literário ubaldiano põe em cena a dinâmica cultural de negros e índios, em suas relações com portugueses e holandeses, e pode ser convertido em matérias educacionais, sem se perder de vista a história nacional e internacional, sem abandonar a interculturalidade.

A chamada *escola cidadã* vem sendo capitaneada pelo Instituto Paulo Freire e se inscreve nesse novo movimento histórico de busca da identidade nacional, para o qual as relações públicas comunitárias podem conceber vários tipos de comunicação. Assim, pelas vias das argumentações literárias, começamos a propor, às prefeituras da Ilha, um estudo para a transformação dos conteúdos educacionais, primeiramente nas escolas municipais, em seguida nas estaduais e possivelmente privadas, e para a elaboração de planos de treinamento para os populares que dispõem de saberes culinários, artesanais, de preservação ambiental, de pesca, de caminhadas, de esportes náuticos, etc., para se integrarem a esse projeto de turismo sustentável, no sentido de participarem de uma vida sócio-política mais ativa.

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

Estipulamos inclusive a participação de professores de Teatro da Universidade para o treinamento dos públicos comunitários, do ambiente da pesca na Baía, sugerindo igualmente outras escolas como Letras, Comunicação, Dança e Ciências Humanas de outras Universidades públicas e privadas, para compor os textos rimados, canções e coreografia, além de confeccionar brochuras em línguas estrangeiras para o trabalho dos guias e para a compreensão dos próprios turistas que já as adquirem na chegada do hotel, o que constitui uma verdadeira estratégia de informação e promoção.

Construímos igualmente um quadro suscetível de guiar um programa de formação profissional, envolvendo as universidades e as instituições de Itaparica. Em outras palavras, a informação aqui deve ser enfatizada no sentido de alcançar os objetivos de implicar as comunidades no sistema turístico, com olhos na responsabilidade sócio-política, e de garantir a sustentabilidade. Nos roteiros culturais literários, é muito importante o alinhamento entre as áreas literárias e pedagógicas para a otimização dos recursos e para configurar um pensamento comum sobre o relevo cultural dos roteiros. O programa poderá adotar uma primeira divisão:

Programa Comunicacional e Pedagógico para o Turismo Sustentável

NL (Nego Leléu)	MF (Maria da Fé)	CB (Capiroba)
Levantamento dos diversos talentos e aptidões para o teatro, música e dança.	Levantamento de pessoal para traçar a trilha da independência.	Levantamento dos diversos talentos e aptidões para os passeios ecológicos.
Levantamento de pessoal para trabalhar nos mercados e pontos de venda dos pescados, dramatizando e musicando as atividades.	Levantamento de pessoal disponível para o treinamento dramático.	Levantamento dos guias que poderão trabalhar com esses roteiros.
Levantamento dos guias que poderão trabalhar com esses roteiros.	Levantamento de pessoal ambulante.	Estimar necessidades futuras de especializações e investimentos, em face da demanda.
Estimar necessidades futuras de especializações e investimentos, em face da demanda.	Levantamento dos guias que poderão trabalhar com esse roteiro.	
	Estimar necessidades futuras de especializações e investimentos, em face da demanda.	

Escolha do personagem principal e dos grupos dramáticos. Escolha da mão-de-obra necessária para o comércio temático de pescados.	Escolha de personagens históricos da independência. Escolha de artesãos para o roteiro. Escolha de crianças bordadeiras a serem treinadas no Programa <i>Rendinha da Baía</i> .	Escolha do pessoal necessário e do personagem Capiroba.
Treinamento do pessoal nas universidades e, no futuro, no Centro de Treinamento João Ubaldo a ser instalado na Biblioteca de Itaparica. Treinamento dos guias.	Treinamento dos personagens na Universidade. Treinamento das crianças vendedoras em Escolas ou nas Universidades. Treinamento dos guias.	Treinamento do pessoal. Treinamento dos guias.
Cadastramento dos grupos treinados e dos guias junto às agências, Emtursa, Bahiatura e Instituto Itaparica.	Cadastramento das crianças e dos guias treinados junto às Agências, Emtursa, Bahiatura e Instituto Itaparica.	Cadastramento dos grupos e dos guias treinados junto às agências, Emtursa, Bahiatura e Instituto Itaparica.

Esse programa de formação envolve várias instituições educacionais e deve ser acionado igualmente pelo alinhamento de três modalidades de comunicação.

COMUNICAÇÃO: PROMOÇÃO DOS ROTEIROS

O planejamento da comunicação para o Turismo é um fenômeno complexo que exige a consideração de várias mediações. As políticas de relacionamento auxiliam no desenvolvimento das interações entre as várias instâncias envolvidas em um processo que lida, de todas as evidências, com um bem intangível. A política de relacionamento constitui o método fundamental desse projeto.

O lugar-comum estipula que um profissional de relações públicas deve construir uma imagem favorável dos diferentes capitais que compõem o sistema turístico e conseguir que os públicos (interno, externo e misto) tenham opiniões

favoráveis diante do produto. Com a proposta *jorgeamadiana* já propusemos um modelo de comunicação participativa buscando a combinação de dois paradigmas em uma gestão integrada do sistema turístico. O primeiro paradigma, desenvolvido por Margarida Kunsch (1999), concerne à gestão integrada da comunicação organizacional, trazendo reflexões sobre o papel da gestão estratégica dos processos comunicacionais no âmbito das organizações modernas. O segundo paradigma, que sempre foi trabalhado por Cícilia Peruzzo (1999), mostra a necessidade de uma política de relacionamento com preocupações sociais, impondo inclusive que as organizações assumam a chamada *responsabilidade social* que contribui para uma pedagogia do desenvolvimento sustentável. Na conjunção das duas perspectivas, temos o seguinte quadro:

Programas Comunicacionais para o Turismo Sustentável

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A) Modalidades Organizacionais

1. Empresas Públicas, Sindicatos, e Fundações. Ex: Bahiatursa, Emtursa, Instituto Itaparica, etc.	2. Empresas Privadas. Ex: Operadoras, Agências, Hotéis etc.	3. Públicos comunitários. Ex: Associações de bairro, de pescadores, capoeiristas etc.
---	---	---

B) Regimes de Comunicação

- **Comunicação Institucional:** Construção da credibilidade, imagem e identidade corporativa.
- **Comunicação Mercadológica:** Promoção de feiras, pesquisas de opinião, informação para os stakeholders (clientes especiais), informação para os públicos comunitários.
- **Comunicação Interna:** Integração, qualificação, endomarketing.

A importância dessa programação comunicacional reside no fato de ela permitir que se estabeleça uma política de inter-relações que dinamiza o processo turístico no envolvimento de várias instâncias que vão trabalhar de forma conjunta

- Na *comunicação institucional*, os profissionais integrados constroem a credibilidade da organização, pública, privada ou comunitária, buscando uma identidade corporativa capaz de diferenciá-la diante de todos os públicos.

- Na *comunicação mercadológica*, eles determinam as formas de uma verdadeira propaganda comercial para fazer a identidade das organizações conhecida em locais diferenciados.

Na *comunicação interna*, eles desdobram técnicas de troca de informações e de treinamento no interior de uma organização para viabilizar a participação e a compreensão em todos os níveis.

Nesse contexto, e na visada de um determinado projeto, como o dos roteiros *jorgeamadianos*, já existe um leque enorme de programas comunicacionais, onde o profissional relacionista pode, por exemplo, burilar as imagens institucionais da Emtursa e de uma Agência de Turismo, caracterizada como promotora de cultura local, ao mesmo tempo em que burila a imagem de determinada associação de capoeira ligando-a às duas outras instituições.

Em seguida, ele constrói uma campanha interna para a população em geral, sensibilizando-a a preservar a cultura local, como também planos internos de comunicação para a Emtursa, a *Locatur*, a associação de capoeira, no sentido de conduzir os funcionários a se engajarem no projeto.

A política de relacionamentos dirige efetivamente o alcance do objetivo geral e dos objetivos específicos do projeto quando se junta com o plano da formação profissional em um Programa de integração dos setores, principalmente na composição dos roteiros ubaldianos, o que deve se associar com os planos da Agenda 21, contemplados pelo Instituto Itaparica.

Considerando os roteiros de *Viva o Povo Brasileiro*, expusemos as formas de articulação das três modalidades comunicacionais, no intuito de estabelecer, como primeiríssima medida, a participação dos públicos comunitários na dramatização dos roteiros. É uma tarefa difícil e exige a instauração de um programa de trabalho rigoroso com uma equipe interdisciplinar, imbuída do sentimento de um trabalho em equipe.

Nessa etapa, já temos uma lista de resultados que esperamos ver concretizados em breve:

- Organização do Memorial João Ubaldo Ribeiro na Biblioteca de Itaparica.

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

- Organização de concursos e prêmios: para as músicas e textos rimados; para as marcas dos roteiros, e marcas institucionais das organizações envolvidas; para a decoração do comércio temático, etc.

- Organização de vídeos explicativos dos Planos a serem transmitidos nas televisões comerciais.

- Elaboração de uma Ópera pop *Capiroba*, composta a partir dos cenários rimados e cantados dos roteiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A primeira consideração diz respeito ao fato de que a Comunicação para o Turismo é um processo complexo que não pode ser apenas trabalhado, visando ao puro aumento de consumidores. Em acordo com esse princípio, ressaltamos a importância do desenvolvimento de uma planificação estratégica para o sistema turístico no Estado da Bahia, com destaque para o caso específico da Baía de Todos os Santos e, sobretudo, para os novos roteiros culturais, como uma das fronteiras mais promissoras para alavancar o turismo na terra.

Enfatizando os processos de comunicação e as políticas de relacionamento, procuramos focar os aspectos específicos da produção simbólica dessa terra, associados aos meios particulares de recepção, propiciando elementos para que as linguagens, que defendem os pilares da identidade baiana, sejam codificadas de forma apropriada para um marketing eficaz.

Em se reconhecendo que a área do turismo poderá abrir novos horizontes para a troca entre povos, nacionais e internacionais, gerando renda para as comunidades locais, insistimos em caracterizar a teia de relações entre os signos de identidade regional e os signos de conduta internacional, como importante método para diligências profissionais competentes.

A imprensa nacional, escrita e eletrônica, não cessou de anunciar que os acontecimentos terroristas nos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001, teriam como consequência o desenvolvimento do turismo interno e o crescimento do fluxo de turistas europeus e asiáticos para o país. Da mesma forma, começou a denunciar o aumento abusivo dos preços dos serviços nos principais núcleos receptores face à perspectiva de um florescimento turístico. Nesse caso, o sistema de comunicação analisou as possibilidades turísticas do Brasil diante de uma conjuntura internacional caracterizada pela recessão e pela guerra, ao mesmo tempo em que alertou para aqueles perigos seculares

que vêm freando o nosso desenvolvimento econômico: os da exploração excessiva dos bens, da exploração da mão-de-obra, da busca de lucro rápido sem o cuidado com os investimentos a médio e longo prazo. O alerta funcionou para lembrar que é imprescindível compatibilizar o uso dos nossos bens naturais e culturais com o capital infra-estrutural, sobretudo no que tange aos signos de conduta internacional relacionados ao controle dos preços, se quisermos trilhar um caminho correto.

O ambiente econômico mundial oferece grandes oportunidades de integração, mas já ficou claro que cada país tem que buscar o equilíbrio entre a competitividade internacional e a estabilização interna, entre os intercâmbios globais e os diálogos locais com as comunidades tradicionais. O Brasil conseguiu uma relativa estabilidade econômica com o Plano Real, mas ainda está longe de se posicionar idealmente no cenário mundial e muito distante de se preocupar com uma política que promova a distribuição de renda e atenuie as disparidades socioeconômicas no país, o que interfere imensamente na questão da segurança pública.

Considerando que temos ainda muito caminho a trilhar para alcançar essa fase ideal de equilíbrio local x global, optamos por elaborar um projeto didático que possa levar estudantes e profissionais, interessados em desenvolver o turismo no estado da Bahia, e mesmo em outros estados do país, a debater sobre nossas reais potencialidades naturais e culturais; potencialidades que, além de configurar nossa identidade, nossa baianidade, ou nossa brasilidade, estejam aptas a favorecer trocas simbólicas entre vários povos no nosso território. Nossa ambição é, assim, imensa, no sentido de acharmos que estamos lançando as sementes para um projeto de crescimento social que valoriza as diferentes formas de *saber*. Promovendo a cooperação e o diálogo entre os saberes eruditos e populares, modernos e tradicionais, tecnológicos e artesanais, desejamos criar novos modos de vida, apropriados para o século XXI, baseados em atender às necessidades vitais de todos, sem distinções étnicas, físicas, de gênero e de classe.

Se a pretensão é grande, a clareza é inquestionável. Se um dia conseguirmos essa sustentabilidade equitativa, em nível mundial e local, já teremos delineado um método eficaz de conhecimento de nossas fontes de saber.

Povos indígenas e tradicionais desempenham um papel central na implementação de práticas de sustentabilidade no Brasil. Isso ocorre em parte porque os seus sistemas de gerenciamento ecológico abrangem princípios de sustentabilidade, mas também porque muitos dos ecossistemas "naturais" são o resultado das suas práticas tradicionais. A diversidade

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

biológica e a cultural acham-se intrinsecamente ligadas: para conservar e utilizar com sucesso as riquezas naturais e humanas, as comunidades locais devem ter garantidos seus direitos, além de proteção e uma justa compensação. (POSEY, 1997, 345).

Armados dessa argumentação, desejamos continuar a discussão sobre o turismo sustentável, buscando os saberes literários que nos informam sobre os saberes comunitários como ferramentas para a construção de programas ágeis de ação.

E a pedagogia freireana vem demonstrar ainda aqui que a cultura é uma criação do ser humano capaz de garantir a história da Terra e da humanidade. A cultura é um processo contínuo e inacabado, pronto a permitir relações dinâmicas de cada ser humano consigo mesmo, com o outro, com a natureza, com as divindades e, sobretudo, com a sociedade.

NOTAS

- (1) Sob a orientação da professora Licia Soares de Souza, o projeto tem igualmente o apoio do CEPAlA, Centro de estudos das populações afro-indo-americanas da UNEB.
- (2) Vide Lidiane Santos et alii, *Pode Os Sertões gerar um paradigma de Relações Públicas para os movimentos sociais?* *Revista Canudos*, v. 4, n. 1-2, dezembro de 2000, p. 149-164. , e Aline Santos, *Turismo Cultural em Canudos. Uma forma de desenvolvimento sustentável.* *Revista Canudos*, v. 4, n. 1-2, dezembro de 2000, p. 149-164.
- (3) Descrito no livro *Turismo Sustentável*, de João Cláudio Souza e Licia Soares (CF. bibliô)
- (4) A lenda contada em *Mar Morto: Aquelas águas nasceram no dia em que o filho a possuiu. Não são muitos no país que sabem da história de Iemanjá e de Orungã, seu filho. Mas Anselmo sabe e também o velho Francisco. No entanto, eles não vivem contando essa história, que ela faz desencadear a cólera de Janaína. Foi o caso que Iemanjá teve de Aganju, deus da terra firme, um filho, Orungã, que foi feito deus dos ares, de tudo que fica entre a terra e o céu. Orungã andou por estas terras, viveu por esses ares, mas o seu pensamento não saía da imagem da mãe, aquela bela rainha das águas. Ela era mais bonita que todas e os desejos dele eram todos para ela. E, um dia, não resistiu e a violentou. Iemanjá fugiu e na fuga seus seios romperam, e assim, surgiram as águas, e também essa Bahia de Todos os Santos. E do seu ventre, fecundado por seu filho, nasceram os orixás mais temidos, aqueles que mandam nos raios, nas tempestades e trovões.* (Amado, 1996, 70).
- (5) Agenda 21- documento traçado por governos e entidades não-governamentais de 179 países que culminou com a conferência Rio-92. O Instituto Itaparica já organizou o I Seminário de Políticas Públicas em março de 2000, que aprovou a Carta de Itaparica. Realizou o II Seminário de Políticas Públicas em 25 e 27 de julho de 2002, com o apoio das secretarias estaduais de Planejamento, Ciência e Tecnologia, da Infra-Estrutura, da Agricultura e Reforma Agrária e da Indústria e Comércio, além dos Ministérios do Esporte e Turismo e do Meio Ambiente. (A TARDE, Municípios, 20-04-2002).

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo Fundamentos e dimensões*. São Paulo, Ática, 1998.

- ATAÍDE, Yara D. B., *Homenagem a Paulo Freire*, Revista da FAEEBA, ano 6, número 7, janeiro a junho de 1997. Edição em homenagem a Paulo Freire, pg 5-7.
- BARRETO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. São Paulo, Papirus, 1995.
- CAMPOS, V. Falconi. *Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia*. Belo Horizonte, Editora de Desenvolvimento Gerencial, 1998.
- CAVALCANTI, Clóvis (org.). *Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas*. São Paulo, Cortez Editora, 1997.
- GUTHERY, D., PHILLIPS, R. "O desenvolvimento de Sauípe - um novo destino turístico para o século XXI". In: LAGE, B. e MILONE, P. C. *Turismo. Teoria e Prática*. São Paulo, Atlas, 2000. p. 185-195.
- IKEDA, A., OLIVEIRA, T.V., *A organização de agências de viagens e turismo*. In: LAGE, B., MILONE, P. C. *Turismo. Teoria e Prática*. São Paulo, Atlas, 2000. p.317-329.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1989
- KUNSCH, Margarida M., *Gestão Integrada da comunicação organizacional e os desafios da sociedade contemporânea. Comunicação & Sociedade*, n. 32, 1999, 69-88.
- LAGE e MILONE, *Turismo. Teoria e prática*. São Paulo, Atlas, 2000.
- MAISONNEUVE, D., LAMARCHE, J-F., ST-AMAND Y. *Les Relations Publiques dans une société en mouvance*. Quebec: Presses de l'Université du Québec, 1998.
- MENESES, Ulpiano, T. B. "Os 'usos culturais' da cultura. Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais". In: YÁZIGI, E., CARLOS, A.F. e CRUZ R.C. *Turismo. Espaço, paisagem e cultura*. 2ª ed. São Paulo, Editora Hucitec, 1999. p. 88-99.
- OLIVIERI-GODET, Rita (org.). *A poesia de Eurico Alves. Imagens da cidade e do sertão*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo; Fundação Cultural; EGBA, 1999.
- PERUZZO, Cicília, *Relações Públicas com a comunidade: uma agenda para o século XXI*, *Comunicação&Sociedade*, n. 32, 1999, 45-68.
- PERUZZO, Cicília, *Relações Públicas no modo de produção capitalista*, 2ª ed., São Paulo, Summus, 1986.

Trilha das águas: comunicação e pedagogia para um turismo sustentável

PETROCCHI, Mário. *Turismo. Planejamento e gestão*. São Paulo, Futura, 1998.

POSEY, Darrell. *Exploração da biodiversidade e do conhecimento indígena na América latina: desafios à soberania e à velha ordem*. In: *Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas*. São Paulo: Cortez Editora, 1997 p. 345-368.

REVISTA DA FAEEBA, ano 6, número 7, janeiro a junho de 1997. Edição em homenagem a Paulo Freire.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. “*Gestão da capacidade de carga turístico-recreativa como fator de sustentabilidade ambiental – o caso da Ilha João da Cunha*”. In: LAGE, B. e MILONE, P. C. *Turismo. Teoria e Prática*. São Paulo, Atlas, 2000. p. 71-79.

SALAH, Jacques, *A cidade como personagem*. In: *Bahia, a cidade de Jorge Amado*. Salvador, Casa de Palavras, 2000, p. 85-104.

SANTOS, Aline J. “*Turismo cultural em Canudos. Uma forma de desenvolvimento sustentável*”. *Revista Canudos*. vol. 4, n. ½, dezembro de 2000, Salvador, UNEB. p. 149-164.

SANTOS, Graciela. *Turismo e Relações Públicas*. Salvador, CEPA, 1992.

SILBER, Simão Davi, *Cenário Mundial e perspectivas da economia brasileira*. In: LAGE, B. e MILONE, P. C. *Turismo. Teoria e Prática*. São Paulo, Atlas, 2000. p. 341-352.

SOUZA, Inara Silva: *Turismo cultural e comunicação: A Bahia de mitos amados*. Projeto experimental. Comunicação-Relações Públicas. UNEB, fevereiro de 2001.

SOUZA, João Francisco, *Atualidade de Paulo Freire*, São Paulo, Cortez, 2002.

SOUZA, Licia S., OLIVEIRA, H. (org.). *Heterogeneidades. Jorge Amado em diálogo*. Feira de Santana, UEFS, 2000.

SOUZA, Licia S. e OLIVIERI-GODET, Rita (org.). *Identidades e representações na cultura brasileira*. João Pessoa, Idéia, 2001.

SOUZA, Licia S. e SOUZA, João Cláudio, *TURISMO SUSTENTÁVEL. Cultura. Relações Públicas. Qualidade*. Salvador, Secretaria da Cultura e Turismo, 2002.

ROMANCES E OBRAS POÉTICAS:

AMADO, Jorge, *Mar Morto*, 71ª ed, Rio de Janeiro, Record, 1996.

MATOS, Gregório, *Obra Poética* Vol. II, Edição James Amado, Rio de Janeiro, Record, p. 1120.

RIBEIRO, João Ubaldo, *Viva o Povo Brasileiro*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.

PERIÓDICOS:

ALBUQUERQUE, Célio. “Soprando as velas dos 500 anos”. *Náutica*, v. 138, fevereiro de 2000, p. 52-55.

BLAKE, Reg. “E as normas correlatas”. *Banas Qualidade*, ano IX, n. 98, julho de 2000, p. 24-26.

CROSBY, Phillip. “A utilidade da ISO”. *Banas Qualidade*, ano IX, n. 98, julho de 2000, p. 40.

EVANGELISTA, L., KNOTH, C. “Iatismo para todos”. *Náutica*, n. 138, fevereiro de 2000, p. 98.

Le Courier. Revista da UNESCO, julho/agosto 1999.

ÍCARO, Revista de bordo da VARIG, n. 201, maio de 2001.

ITAPARICA faz Seminário sobre a Agenda 21, A TARDE, Municípios, 20-04-2002.

MARIANO, Agnes, *Heróis do mar. Pescadores enfrentam perigos no oceano desde a época da colonização*. *Correio Repórter. Correio da Bahia*. 14 de outubro de 2001.

VASCONCELOS, Levi, *Baía mantém mistério e beleza nos 500 anos*. *A Tarde*, 1º /11/2001.

VITA, Marcos, *Baía dos Tupinambás. Território sagrado dos índios guarda patrimônio do povoamento do Brasil*. *Correio da Bahia*. 04/11/2001.

“Via náutica, um caminho de oportunidades”. *A Tarde, Empregos & Mercados*, 13-05-2001.