

Fatores que afetam a participação da comunidade no desenvolvimento do turismo em Maria da Fé – Minas Gerais¹

Gabriela Duarte – docente da Faculdade Metropolitana de Belo Horizonte

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar como possíveis fatores que afetam a participação da comunidade no desenvolvimento do turismo em Maria da Fé (MG) elementos da cultura e da identidade local, a visão de turismo e do papel do Estado, o processo de participação e a ação de agentes externos, distinguindo pessoas e grupos que se responsabilizam pelo desenvolvimento do turismo local e continuam a atuar dos que deixaram de fazê-lo. Através de entrevistas em profundidade, foi levantada a percepção de pessoas que participaram de um Projeto Piloto de Turismo Rural, desenvolvido pelo Sebrae Minas no município e de outras que atualmente desenvolvem a atividade turística. Uma das principais conclusões é a de que fatores culturais e identitários acabam sendo trabalhados de forma subjacente no processo de participação, com o risco de não aprofundamento desta ao nível da co-responsabilidade.

Palavras-chave: participação; turismo sustentável; cultura; identidade.

1 Introdução

Este artigo baseou-se na dissertação de mesmo título do Programa de Mestrado em Turismo e Meio Ambiente do Centro Universitário UNA. A participação começa com a mobilização e a mobilização está intrinsecamente relacionada à comunicação. “Mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados” (TORO e WERNECK, 2004, p.13). Quando se fala de interpretações e sentidos compartilhados, reconhece-se a mobilização social como um ato de comunicação no seu sentido mais amplo, de compartilhar discurso, visões e informações.

Pesquisadores em turismo apontam a participação da população local no planejamento e na gestão da atividade turística como importante fator na busca da sustentabilidade. Para alcançá-la deve-se, segundo Beni (2006), incrementar a geração de recursos naturais renováveis, limitar o uso dos não-renováveis ou ambientalmente prejudiciais, intensificar a pesquisa de tecnologias limpas, evitar o desperdício, reciclar e reutilizar. Essa sustentabilidade ambiental passa necessariamente pela sustentabilidade social e política-institucional. A sustentabilidade social refere-se ao desenvolvimento que objetiva a melhoria da qualidade de vida. Já a sustentabilidade institucional está vinculada à necessidade de se criar e fortalecer arranjos institucionais e organismos de representação político-social.

O turismo sustentável atenderia às necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras e, ao mesmo tempo, protegeria e fomentaria as oportunidades para o futuro. Seria

¹ GT ABRAPCORP 5 - Relações Públicas comunitárias, comunicação no terceiro setor e responsabilidade social.

uma forma de gestão de todos os recursos para “que possam satisfazer as necessidades econômicas, sociais e estéticas; respeitando a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida” (OMT, 1992).

Butler (2002) alega que, em comunidades de economia em menor escala, apenas uma pequena parte do que é arrecadado com o turismo fica na localidade. Em locais onde os moradores estão direta e altamente envolvidos no planejamento e administração do turismo, os benefícios comunitários seriam altos e bem distribuídos. A comunidade conheceria os potenciais impactos sociais, culturais, ambientais e econômicos e apontaria valores que não devem ser comprometidos em nome do desenvolvimento (MITCHELL e REID, 2000).

Entre 1996 e 2001 foi implementado em Maria da Fé um Projeto Piloto de Turismo Rural do Sebrae Minas, em que a participação da comunidade, segundo Tropa (2003), foi fundamental. O objetivo deste trabalho foi verificar o quanto a comunidade se envolveu ou permanece envolvida, o que garantiria a sustentabilidade do desenvolvimento do turismo local e analisar possíveis fatores que afetam sua participação. Os fatores analisados foram: cultura e identidade local, visão do turismo e do papel do Estado, processo de participação e ação dos agentes externos.

Uma cultura que só valoriza a produtividade e o consumo não se comprometerá com um desenvolvimento mais igualitário e capaz de preservar o equilíbrio ecológico. Cada um se limitará a pensar no próprio ganho. A cultura não foi trabalhada como uma categoria de análise isolada. Indicações sobre a cultura mariense perpassam as outras categorias de análise.

A identidade local é considerada, tanto por autores que discutem empoderamento, quanto por aqueles que discutem mobilização social, como alavanca do desenvolvimento, na medida em que, pela valorização dos saberes, aumenta-se a auto-estima e a auto-confiança. O processo de fortalecimento da identidade local propicia a participação.

A visão que se tem do turismo leva as pessoas a terem determinadas atitudes em relação à atividade, inclusive a de participar ou não do processo de desenvolvimento desta. A visão do papel do Estado é também importante fator de participação ou não. Quando acredita-se que o Estado é o único responsável por cuidar do que é público, espera-se que o governo assim o faça e a participação é, no máximo, a de reclamar ou reivindicar. Quando acredita-se que todos devem cuidar do que é de todos, inclusive o governo, assume-se maior responsabilidade pela realidade e sua transformação.

O processo de participação começa pela clareza quanto a um objetivo maior e comum; passa por agir e criar ações alternativas, informando-se, construindo conhecimento e

comunicando; e necessita de indicadores, que permitam avaliar se as ações estão mudando a realidade na direção desejada. Agentes internos e externos podem dar início ao processo, oferecendo o objetivo e informações e sugerindo ações. Entretanto, a participação apenas se consolida quando pode prescindir de um agente especificamente.

A análise destes fatores foi feita a partir da percepção dos atores que participaram da implementação do Projeto Piloto de Turismo Rural, promovido pelo Sebrae Minas em Maria da Fé. Estes atores foram identificados na dissertação de mestrado de Tropia (2003), que descreveu o processo de implementação do Projeto Piloto. Além destes, foram entrevistadas atores que hoje fazem parte do desenvolvimento do turismo em Maria da Fé, como os atuais membros do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e proprietários de pousadas e restaurantes locais. A percepção destes foi levantada em entrevistas em profundidade. Três pessoas não quiseram conceder as entrevistas. Todas as demais pessoas contatadas foram entrevistadas, perfazendo um total de 28 entrevistas em profundidade. Fontes secundárias foram utilizadas para levantar aspectos da história, geografia, economia e população de Maria da Fé, que auxiliaram na compreensão da cultura e identidade mariense.

2 Referencial teórico

O conceito de desenvolvimento está associado à idéia de crescimento econômico. Embora o desenvolvimento possa ser também social, cultural, artístico, e seja difícil desassociar os diversos desenvolvimentos, foi assim que o desenvolvimento foi analisado desde a Revolução Industrial. Uma análise que reduziu desenvolvimento a crescimento, em detrimento de outras dimensões que não o tamanho da economia (DENARDI *et al*, 2000).

O desenvolvimento econômico costuma ser medido pelas taxas de crescimento do PIB (Produto Interno Bruto). Entretanto, existe hoje uma metodologia do sistema de contas nacionais, parte da agenda de um setor da ONU, que inclui cálculos ambientais que conduzem à contabilidade verde. A morte de peixes pelo despejo das indústrias em rios, por exemplo, devia ser contemplada negativamente no PIB. A extrema diversificação dos atuais padrões de consumo dos grupos privilegiados gera desperdício cada vez maior. Tal estilo de vida não pode ser generalizado para a população mundial. Aos custos ecológicos crescentes se adicionam elevados custos sociais omitidos pelo cálculo do PIB (CAVALCANTI, 2001).

Desenvolver-se não é simplesmente crescer, mas distribuir renda, difundir qualidade de vida e mudar, inclusive a cultura, que visa aumentar a produtividade e o consumo, resultando em impactos no meio físico e na sociedade, com o aumento da exclusão.

Denardi *et al* (2000) indicam que o processo de construção do novo projeto de desenvolvimento será regional ou local, mediante a combinação de políticas governamentais e iniciativas da sociedade (mais de âmbito municipal e intermunicipal). Concluem que as regiões que melhor se desenvolvem são aquelas que fortalecem a organização social, aumentando a autonomia local na tomada de decisões, a capacidade de reter e reinvestir capitais, a inclusão social e a capacidade de regenerar e conservar o meio ambiente; sendo mais relevantes que fatores naturais e a dotação dos indivíduos.

Abramovay (2001) agrega o conceito de “capital social”: estabelecimento de relações de confiança e reciprocidade entre as instituições, aquisição de poder (*empowerment*), normas e cadeias relacionais. As cadeias relacionais devem permitir a cooperação, a representatividade e o envolvimento nas ações comuns. Essa cultura social ou desenvolvimento cultural é um pressuposto e não uma consequência do desenvolvimento.

O empoderamento (*empowerment*) é uma abordagem pela qual, segundo Romano (2002), pessoas, organizações e comunidades assumem o controle dos seus próprios assuntos e tomam consciência da sua competência para produzir, criar e gerir. A questão passa pela mudança das relações de poder: substituição do “poder sobre” pelos “poder para”, “poder com” e “poder de dentro”. O “poder sobre” é aquele em que uma pessoa ou um grupo controla as ações e possibilidades de outros e o ganho de uns representa a perda de outros. O “poder para” é a capacidade de criar possibilidades e agir. O “poder com” é o enfrentamento dos problemas de maneira coletiva. E o “poder de dentro”, a força de cada um, que passa pela auto-aceitação e aceitação dos outros como iguais.

Para Romano (2002), o empoderamento pode iniciar-se com um catalisador externo, mas é realizado pelas próprias pessoas e organizações. Não há uma técnica ou metodologia, mas troca de experiências e construção de respostas conjuntas. Iorio (2002) avalia que poucas intervenções alcançam sustentabilidade, porque não há mudança nas relações de poder. O grupo não rompe com a condição de “beneficiário” para tornar-se um agente ativo, propositor de políticas, de programas e construtor de alianças. Um dos motivos apontados costuma ser a falta de condições materiais, mas o desenvolvimento não é resultado da mudança das condições materiais e sim das pessoas.

Maior auto-estima e auto-confiança podem levar à conquista de recursos. Pressupõem a identidade cultural como alavanca do desenvolvimento. Entretanto, pode haver, segundo Gallichio (2002), uma identidade fragilizada, em crise ou em falta, ou ainda, uma identidade nostálgica, que impede de seguir adiante, gerando permanentemente obstáculos, uma vez que o passado é superior e o campo das representações está invadido pelo que se teve e perdeu,

tornando difícil imaginar alternativas. A identidade deve reunir presente, passado e um projeto que valoriza inovação, trabalho e uma produção marcada pela diferença identitária.

Iorio (2002) coloca que informações, promoção de capacidades analíticas e de planejamento são elementos fundamentais no processo de mudança pessoal para conquista e controle sobre si e sobre os meios necessários à realização de um projeto. A ênfase no local com visão global é estratégica, dando maior visibilidade, o que aumenta a proteção do grupo contra a possível violência do Estado ou de oligarquias e cria alianças com grupos de influência, inclusive para a obtenção de financiamentos. Corta e Rodriguez (2002) dizem que a participação é o caminho do empoderamento.

Participar é associar-se pelo pensamento, pelo sentimento, pela decisão, pela execução e pela avaliação de resultados. A participação é um meio para realização de objetivos comuns e pode ser mais ou menos abrangente e profunda. A abrangência diz respeito ao número de pessoas que participam. Todos os interessados nesses objetivos podem participar. E quanto mais abrangente for a participação, melhor. Pois o grupo, a comunidade ou a sociedade é democrático e produtivo quando todos podem fazer competir organizadamente seus interesses e projetar coletivamente novos futuros (TORO e WERNECK, 2004).

A profundidade diz respeito a níveis de participação relativos às ações de pensar, sentir, decidir, agir e avaliar. O nível de participação se aprofunda na medida em que a pessoa passa a ser capaz de criticar, completar, mudar, propor alternativas, construir e estimular a construção do conhecimento. Este é o nível da co-responsabilidade. A participação mais superficial é aquela em que a pessoa não se sente capaz e acaba sendo usada apenas para legitimar uma decisão já construída por outro(s). A participação não deve ser uma oportunidade de conseguir pessoas para ajudar a viabilizar sonhos particulares.

Um processo de mobilização social tem início quando uma pessoa, um grupo ou uma instituição, chamado por Toro e Werneck (2004) de Produtor Social, decide compartilhar um imaginário e o esforço de alcançá-lo. O imaginário é um horizonte atrativo, que deve expressar a finalidade da mobilização e tocar a emoção das pessoas. A razão controla, a paixão move. É importante que este propósito reflita um consenso coletivo.

O Produtor Social é capaz de criar condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para que um processo de mobilização ocorra. O importante é que ao fazê-lo, cuide para que os valores de participação, democracia, cidadania e de ser “público” sejam mantidos, pois é o que lhe dará legitimidade e credibilidade. Ele não deve ser visto como o dono, mas o precursor do movimento. Para isto, ele precisa respeitar e confiar na capacidade

das pessoas de decidirem e agirem coletivamente. A democracia e a produtividade estão relacionadas com mentalidades pró-ativas e esta mentalidade não é natural, ela precisa ser educada e passar de uma ordem recebida para uma ordem produzida. O exercício da criatividade e da proposição de soluções faz parte desta aprendizagem.

Para que as pessoas participem efetivamente, precisam ter informações claras e reconhecimento e valorização da sua forma de ser e de pensar. No início, as pessoas podem ter maior dificuldade de responder à pergunta sobre “como eu posso participar”. Um repertório de sugestões claras, abertas e estimulantes pode ser indicado. Só depois de participar de uma atividade conjunta, a pessoa estará mais disposta e segura a outras ações. A atividade clareia os objetivos, dá visibilidade aos primeiros resultados e posiciona a mobilização como um movimento de ação e não de reivindicação ou denúncia. Entretanto, em um segundo momento, as pessoas precisam descobrir e inventar novas formas para não se acomodarem ou se sentirem manipuladas.

A coletivização é o sentimento e a certeza de que aquilo que eu faço está sendo feito por outros em outros campos de atuação, com os mesmos propósitos e objetivos. A comunicação é importante instrumento de coletivização. Para o sucesso da mobilização, é preciso que todos que dela participam tenham um comportamento comunicativo; tenham interesse e disposição para consumir e fornecer informações.

Um processo de mobilização requer critérios e indicadores que permitam a cada pessoa saber se seu campo de ação está mudando na direção desejada. Critérios e indicadores devem ser discutidos e definidos de uma forma democrática. Os resultados devem ser divulgados entre os participantes e a sociedade em geral. Esta divulgação estimula outros a participarem, é argumento junto a possíveis financiadores e mantém o entusiasmo dos participantes (pois reforça a identidade do grupo para si e em relação aos “outros”).

A visão que se tem do turismo é bastante relevante para uma possível compreensão da participação da comunidade no seu desenvolvimento. Pearce e Moscardo (2002) dizem que não são os impactos turísticos que fazem as pessoas terem atitudes em relação à atividade, mas a visão das pessoas sobre o turismo é que afeta a reação a esse, tornando os impactos “positivos” ou “negativos”. É preciso determinar as opiniões da comunidade em cada momento para decidir que escala de desenvolvimento pode ser acomodada.

Antes da visão que se tem do turismo, a participação se relaciona com a visão que se tem de si mesmo, da comunidade e do local, ou seja, com a questão da cultura e da identidade. Para a maior parte dos autores, a cultura é a soma de todas as criações humanas, divididas em

cultura material (artefatos criados pelo homem) e não-material (ligada à dimensão das idéias e modos de comportamento). Geertz (1989) procura limitar o conceito de cultura como a teia de significados tecida pelos homens, um sistema de signos interpretáveis, dentro do qual se pode entender as ações e descrevê-las com densidade. Um mesmo fato observado pode ter diferentes significados, motivações, intenções e estes nos levam à compreensão da realidade passada e das realidades que estão por vir.

O processo de significação, de construção cultural, é dinâmico e está em constante transformação. Os homens constroem e reconstróem a cultura (a significação do seu pensar, sentir e agir), procurando integrar inovações num todo coerente (RODRIGUES, 1994). As “inovações” podem surgir devido a interferências externas ou internas, devido a conflitos, desigualdades, contradições e relações de poder entre grupos. A existência de grupos com diferentes visões de mundo reforça a questão discutida por Caldeira (1988) de que não se pode falar na cultura de um povo de forma genérica. Cultura não é uma totalidade autônoma e integrada e sua apreensão se dá em uma dimensão dialógica. Em cada sociedade, há culturas ou muitas perspectivas, além dos limites da perspectiva do próprio pesquisador, que terá uma experiência pessoal possível dessa(s) cultura(s). Neste sentido, a cultura pode ser melhor compreendida como inscrição de processo comunicativo entre sujeitos em relação de poder.

Quanto à identidade, por um lado, os residentes podem se sentir inferiores, tentar explorar os visitantes, ou querer ser como eles. Por outro lado, podem começar a perceber que coisas que parecem óbvias impressionam os visitantes, sentir orgulho e aumentar a auto-estima. Esse processo de construção da identidade local propiciará a participação. A identidade é a distinção entre o “nós” e “eles”. Identidade e participação são o resultado de um processo relacional com outras identidades, marcando a diferença (OLIVEIRA, 2001). Identidades coletivas são formadas pela história, geografia, biologia e instituições. A participação não é só um meio, mas também um fim, no sentido de valorizar saberes locais. E a comunidade não se refere apenas a um espaço geográfico, mas à união, à criação de laços sociais para alcançar objetivos comuns (RANAURO, 2004).

Brandon (1999) fala de questões para estimular a participação da comunidade em um projeto de turismo. Gerar empregos para a população local, por exemplo, não envolve necessariamente as pessoas. A comunidade local deve ter voz ativa na tomada de decisões. Poucos projetos são verdadeiramente participativos.

Informação sobre a comunidade e suas preferências é a base para o desenvolvimento de um plano turístico bem elaborado. Durante esta etapa é possível identificar líderes comunitários, organizações locais, questões que a comunidade considera prioritárias, idéias,

expectativas e inquietações em relação ao turismo. Informações podem ser coletadas da comunidade e pela comunidade. A população pode participar da coleta de informações, de processos de decisões e das fases de implementação e avaliação. As informações coletadas devem ser discutidas com a própria comunidade, junto com pesquisas de mercado e planos do governo para a área. Isso dá consistência ao plano maior e pode levar à implementação.

O próximo passo seria a criação de investidores de risco. Para que os proprietários invistam em melhorias de suas instalações, deve-se oferecer treinamento e assistência técnica. O investimento precisa ser de longo prazo. As comunidades precisam entrar com trabalho, dinheiro e outros recursos.

Há duas formas de organizar e manter a participação da comunidade: agentes de mudança, pessoas de fora e criação de instituições ligadas ao turismo. Pessoas de fora da comunidade são, com frequência, a maneira mais rápida de modificar idéias e tecnologias locais e introduzir novas atividades. Organizações formais ou informais para o desenvolvimento local podem ser excelente base para as atividades de turismo. As cooperativas solicitam das pessoas um bem comum (trabalho, dinheiro ou colheitas) e oferecem algum benefício para seus membros.

As instituições locais podem ligar comunidade/órgãos externos, como organizações governamentais, organizações não-governamentais ou grupos turísticos. Elas podem não estar preparadas para planejar, orçar, fazer contabilidade e avaliar e terão que ser orientadas e treinadas. Fortalecer instituições locais leva mais tempo do que trabalhar com agentes de mudança. Os agentes de mudança podem trabalhar com as instituições locais que trabalharão com seus membros no treinamento e processo de decisões. Essa forma combinada é uma das melhores maneiras de garantir o sucesso a curto e a longo prazo. Trabalhando com as organizações existentes é mais fácil conseguir adesão e implementar projetos. Os encontros podem ser com cada um dos grupos, inicialmente, e depois mais amplos.

Estabelecer objetivos e indicadores é necessário para avaliar os resultados. Projetos de turismo com orientação participativa têm como principal objetivo levar a uma mudança sustentável. Neste caso, a mudança seria da cultura de transferência de responsabilidades e do aprendizado de processo de tomada de decisões e de trabalho coletivos.

O primeiro ator para o qual se transfere a responsabilidade por erros, fracassos e falta de planejamento é o governo. No caso do turismo, o Estado deveria “identificar e canalizar os distintos interesses envolvidos, mantendo, porém, como suas principais preocupações: o

desenvolvimento sócio-cultural da população, a melhoria de sua qualidade de vida e a proteção ao meio ambiente” (SILVA, 2000, p.14). Hall (2001), entretanto, alerta que, nas democracias, ao se votar e eleger um governante, escolhe-se um projeto de desenvolvimento que é de um grupo e não de toda a comunidade e está limitado e dominado por um determinado interesse. Volta-se à questão das comunidades, dos grupos estarem organizados e mobilizados para fazer competir e/ou convergir seus interesses, ampliando, inclusive os espaços de participação junto ao governo, como os conselhos municipais.

Palomo (1985 *apud* SILVA, 2000) tenta definir as ações que seriam de execução restrita dos entes públicos, as reservadas à iniciativa privada e as que exigem colaboração e atuação mútuas para o desenvolvimento do turismo. As ações restritas ao Estado seriam as de infra-estrutura, como construção e modernização de estradas, aeroportos e portos; policiamento; regulamentos; informações e políticas de uso e ocupação do solo e planejamento territorial. As ações da iniciativa privada seriam a exploração das empresas de alojamento, de animação e recreação, de transporte, de restaurante e serviços complementares, devidamente regulamentadas. E as ações que exigem colaboração e atuação mútuas seriam as de promoção e publicidade, levantamento de possibilidades de desenvolvimento turístico, obras de melhoramento de acesso a instalações turísticas privadas e de infra-estrutura geral, estudos de comportamento do mercado e planejamento e gestão do desenvolvimento turístico.

3 Análise dos fatores que afetam a participação da comunidade no desenvolvimento do turismo em Maria da Fé

A identidade de Maria da Fé encontra-se marcada pela monocultura da batata, iniciada nas décadas de 40 e 50 e decadente na década de 90. O cultivo da batata levou ao desenvolvimento de uma cultura individualista, imediatista, de expectativa de alto retorno financeiro e consumista. Essa “cultura da batata” resulta em dificuldade de associar-se pela sobreposição dos interesses individuais aos interesses coletivos e à expectativa de que as alternativas econômicas, como o turismo, gerem retorno alto e rápido.

O fator sócio-cultural e identitário revelou-se um dos fatores que diferencia os grupos que continuam a atuar dos que desistiram ou das pessoas que sequer se dispuseram a participar. As pessoas entrevistadas dos grupos que permanecem não pensaram o turismo apenas como uma alternativa econômica, mas como uma oportunidade de aprendizado, de algo pelo que se interessam, idealizam e são apaixonadas. Reinvestiram e consideram o

retorno financeiro conseqüência. Os que desistiram demonstraram maior dificuldade de associarem-se para solução de problemas comuns, esperaram maior retorno em menor tempo e transferiram responsabilidades que poderiam assumir para os governos.

A “época de ouro da batata” precisa ser resignificada, não apenas como uma época de grande riqueza, mas também como essa época de individualismo e de danos ambientais, para ser ultrapassada. Outros aspectos podem ser revalorizados, como o rural e suas tradições.

Em relação à visão de turismo, destaca-se que a identificação do turismo com uma invasão relaciona-se com a acomodação nas residências privadas. Essa visão inicial gerou resistência ao turismo. Outras visões que prejudicaram o desenvolvimento do turismo em Maria da Fé foram a de que este seria apenas mais uma alternativa, a de que o foco no turismo rural não beneficiaria a parte urbana e a de que o turismo se faria com grandes construções e pontos turísticos. Encarar a atividade como mais uma fonte de renda fez com que alguns dos proprietários rurais tenham desistido da atividade diante das primeiras dificuldades.

A distinção entre área urbana e rural num município pequeno, como Maria da Fé, é feita muito mais pela população do que pelo turista. Cabe aos empresários da cidade aproveitarem as visitas à cidade dos turistas hospedados nas fazendas, o que faz, por exemplo, a Cooperativa Mariense de Artesanato (COM ARTE), com a loja de artesanato.

Acreditar que o turismo implica em grandes construções e pontos turísticos faz com que muitos duvidem que Maria da Fé possa ser atraente. Volta-se à questão da identidade local, com a não valorização da tranqüilidade, da simplicidade e do espaço rural.

A questão citada da “propaganda enganosa” pode estar relacionada com a visão que os turistas têm do que seja turismo rural. Os turistas podem querer uma aparência do rural com todas as comodidades dos grandes centros urbanos. A própria forma como o turismo rural se desenvolveu no Brasil pode ter fortalecido essas expectativas. Cabe uma pesquisa futura sobre as expectativas dos turistas em Maria da Fé, que identifique o segmento que quer desfrutar o clima frio, descansar, caminhar ou desenvolver outras atividades físicas no campo, conhecer um pouco da história, da igreja e do artesanato do município.

Há também a visão de que o turismo se faz com festas ou eventos. Em Maria da Fé, reclamam de festas como o Carnaval, que destrói, suja e que não leva as pessoas a se hospedarem ou consumir na cidade. Mas, sentem saudade da tradicional Festa de Agosto, citam a Feira de Artesanato, o encontro que houve da agricultura biodinâmica e ainda, “encontros” promovidos pelos próprios turistas, como os de bicicletas e de jipes, que vêm ao encontro dos valores que prezam. Enfim, não há um consenso sobre que turismo desejam desenvolver. Os que continuam não conseguem discutir juntos esta e outras questões.

Já a visão que se tem do papel do Estado não distingue grupos que permanecem atuando dos grupos e pessoas que desistiram. Esta parece ser uma questão cultural mais profunda. Já há uma noção de que o governo não tem que prover tudo, talvez fruto da mudança cultural que se processa desde a década de 80 no Brasil com a mobilização e institucionalização de organizações da sociedade civil. Entretanto, mesmo os que dizem não esperar tudo do governo, se contradizem, mostrando ressentimentos, principalmente em relação ao apoio que a prefeitura de Maria da Fé já deu e foi retirado na administração que iniciou-se em 2005. Todo o apoio é bem-vindo, mas não deveria criar dependência.

Houve uma mobilização em Maria da Fé, que iniciou-se com um grupo de pessoas interessadas em desenvolver o turismo. A partir do momento que esse grupo foi absorvido pela prefeitura e oficializou-se como Conselho Municipal de Turismo de Maria da Fé, as pessoas começaram a sentir que perderam a autonomia. A participação não deve se restringir aos espaços governamentais. Parece ter havido uma ciência disso quando, em 2002, praticamente o mesmo grupo que havia criado o Conselho, criou a AMART – Associação Mariense de Turismo. Talvez pela coincidência das pessoas que participavam da AMART e de espaços governamentais, sua atuação não tivesse a independência necessária. Muitos deixaram de participar de organizações ligadas ao turismo quando foram destituídos do Conselho. A AMART esteve pouco atuante com a eleição de uma nova diretoria em 2005, devido à saída da presidenta eleita.

A questão das estradas apontada como um dos maiores entraves ao desenvolvimento turístico realmente é de responsabilidade restrita do Estado. Outros como publicidade, acesso a atrativos turísticos privados e informações para os turistas poderiam ser realizadas ou não em parceria com o Estado. Nada impede que outros parceiros sejam buscados para garantir condições econômicas, institucionais e técnicas. O Sebrae era mais um parceiro, mas parece que a relação entre este e alguns grupos tornou-se também de dependência.

A retirada do apoio do governo foi uma importante justificativa para a desmotivação de pessoas e grupos que desistiram de participar do processo de desenvolvimento do turismo em Maria da Fé. O apoio do governo é tão importante quanto o apoio de qualquer outro parceiro, sobretudo no que diz respeito a ações restritas a ele, como a construção e modernização das estradas. Entretanto, isso não impediria que várias outras ações que independem do governo pudessem estar em curso e estão nos grupos que permanecem atuando.

Optou-se por analisar a participação, de acordo com as quatro dimensões do processo de mobilização estabelecidas por Toro e Werneck (2004): o imaginário, o campo de atuação,

a coletivização e o acompanhamento. As quatro dimensões devem ser continuadas para manutenção e aprofundamento da participação. O Sebrae teve um importante papel na mobilização em Maria da Fé, apresentando um imaginário, um norte; procurando fazer com que mais pessoas abraçassem a causa, ou seja, ampliando inicialmente o campo de atuação; formando e informando e construindo conjuntamente conhecimento.

Houve a detecção pelo Sebrae da baixa auto-estima da cidade e um processo de resgate desta auto-estima, que ficou conhecido como metodologia Maria da Fé. O Sebrae fazia a troca de informações entre as pessoas e grupos e procurou reforçar a mobilização, dando visibilidade a Maria da Fé fora da cidade, inclusive através da mídia. Isso propiciou as parcerias que viabilizaram o início da comercialização do artesanato do Gente de Fibra e a restauração da igreja. O Plano de Ações Integradas, construído coletivamente, serviu por um tempo como forma de acompanhamento do desenvolvimento.

Parece que o Sebrae tinha uma visão do todo e, quando da sua saída, procurou orientar o então Secretário de Turismo para rever e dar continuidade ao Plano de Ações Integradas. Talvez, não fosse a instância mais indicada. As administrações políticas passam. Orientou os grupos a se formalizarem como forma de obter parcerias, inclusive para financiamentos. A Associação dos Monitores de Turismo (AMOTUR) com seus projetos educativos nas escolas estaria preparando o campo de atuação futuro; buscando e fortalecendo uma identidade local.

Com a saída do Sebrae, entretanto, houve descontinuidade das quatro dimensões da mobilização, que não foram assumidas por nenhuma das organizações da sociedade civil em Maria da Fé. Isso indica que o nível de participação e confiança entre as pessoas, a rede de relações não estava ainda estabelecida. A comunidade diagnosticou, propôs, decidiu, mas em alguns casos não agiu e esperou que o governo e o Sebrae agissem. O Sebrae manteve-se aberto, mas a personificação da instituição em uma de suas técnicas que se retirou dificultou a continuidade da parceria.

O imaginário mais geral do desenvolvimento do turismo está enfraquecido. Não há coletivização. Não sabem informar quem continua ou não continua, têm receio de indicar para os turistas algo que não está mais ativo. Não há mais metas para o acompanhamento.

O que difere grupos atuantes dos não atuantes em relação aos fatores processo de mobilização e ação dos agentes externos são a visibilidade alcançada fora da cidade, o estabelecimento de diversas parcerias, o não estabelecimento de uma relação de dependência do Estado ou de um parceiro, a constante busca de aprendizado, a sustentabilidade econômica e a capacidade de permanecerem juntos apesar dos conflitos e dificuldades.

Um bom exemplo disso é o Gente de Fibra, hoje reconhecido nacional e internacionalmente, em função dos seus valores ecológicos, sociais e de economia solidária. Essa visibilidade é importante para a busca de parcerias. A sustentabilidade econômica é importante, mas não garante o aperfeiçoamento necessário. Para isso, buscam parcerias para conseguir equipamentos, desenvolver cursos e comercializar. Há associação entre não desenvolvimento e falta de recursos, mas o Gente de Fibra mostra que participação, cooperação e troca de informações são mais importantes. Enfrentaram suas dificuldades e conflitos ouvindo, conversando e buscando consultorias.

Maria da Fé pode retomar o desenvolvimento do turismo. Tem ainda como vantagens o controle por parte dos locais e o tempo para desenvolverem conjuntamente o turismo, antes que os turistas ou pessoas “de fora” assumam o controle e decidam por eles. Simplesmente esperar pode representar um risco de não preservação dos valores comunitários, da identidade local, da distribuição da renda e da preservação ambiental.

4 Considerações finais

Duas abordagens para a participação comunitária foram estudadas, a do empoderamento e a da mobilização social. Na abordagem do empoderamento, enfatiza-se a questão das relações de poder, aponta-se a necessidade de fortalecimento da identidade e de informar-se e construir conhecimento. Na abordagem da mobilização, fala-se de uma cultura latino-americana de transferência de responsabilidades para o governo sobre o que é público e foca-se no processo da participação de distinguir objetivos, informar-se, agir, criar novas alternativas de atuação, compartilhar, construir conhecimento e ter claras as metas ou indicadores. Nas duas abordagens, participar é o meio, o caminho para a mudança cultural e o fortalecimento da identidade, que seriam pressupostos do desenvolvimento sustentável com o aprofundamento da participação ao nível da co-responsabilidade.

Entretanto, a necessidade de produzir-se resultados de curto prazo como estímulo inicial para a participação pode adiar, camuflar e levar ao retrocesso da participação pelo não enfrentamento claro das questões culturais e identitárias. A maior contribuição deste estudo talvez seja a consideração das duas abordagens na criação de categorias de análise, que enfatizam cultura e identidade, de forma que essas possam ser analisadas e processadas pela própria comunidade em questão. A comunicação é importante no processo de (in)formar-se, produzir e trocar conhecimentos. Como a comunicação deve trabalhar as questões culturais identitárias neste processo?

Referências bibliográficas

- ABRAMOVAY, Ricardo. *Construindo as instituições do desenvolvimento econômico*. Gazeta Mercantil – 7/02/01 – p. A 3
- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- BENI, Mário Carlos. *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006.
- BOECHAT, Cláudio Bruzzi; MIRAGLIA, Letícia; WERNECK, Nísia Maria Duarte. *O Instituto Holcim e o programa Ortópolis*. In: HENRIQUES, Márcio Simeone e WERNECK, Nísia Maria Duarte (orgs). *Visões de futuro: responsabilidade compartilhada e mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.
- BRANDON, Katrina. *Etapas básicas para incentivar a participação local em projetos de turismo de natureza*. In: LINDEBERG, KE; HAWKINS, DE (Ed.) *Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão*. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac, 1999.
- BUTLER, Richard W. *Problemas e temas de integração do desenvolvimento do turismo*. In: PEARCE, Douglas G; BUTLER, Richard W. (orgs); tradução de Edite Sciuli. *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. São Paulo: Contexto, 2002.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *A presença do autor e a pós-modernidade em antropologia*. Novos Estudos CEBRAP n 21, julho de 1988, pp.133-157.
- CAVALCANTI, Clóvis. *Celso Furtado e o mito do desenvolvimento econômico*. In: Trabalhos para discussão n° 104/2001. Fundação Joaquim Nabuco, março 2001. www.fundaj.gov.br/tpd/104. Acessado em 18/04/06..
- CORTA, Alberto Enriquez Villa; RODRIGUEZ, Marcos. *Metodologias e ferramentas para implementar estratégias de empoderamento*. In: ROMANO, Jorge O.; ANTUNES, Marta. *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002.
- DENARDI, Reni Antônio; HENDERIKX, Elisabeth Maria Gerarda Johanna; CASTILHOS, Dino Sandro Borges de; BIANCHINI, Valter. *Fatores que afetam o desenvolvimento local em pequenos municípios do estado do Paraná*. Curitiba: Emater-Paraná, 2000.
- ENDRES, Ana Valéria. *As mudanças na condução política do Estado e seus reflexos nas políticas públicas de turismo: uma análise do Programa Nacional de Municipalização do Turismo*. In: SOUZA, Maria José (org.) *Políticas Públicas e o lugar do turismo*. Brasília: UNB/Ministério do Meio Ambiente, 2002a.
- ENRIQUEZ, Eugène. *O vínculo grupal*. In: MACHADO, M. N. M.; CASTRO, E. M.; ARAÚJO, J. N. G.; ROEDEL, S. *Psicossociologia: análise social e intervenção*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001, p.61-74.
- GALLICHIO, Enrique. *Empoderamento, teorias de desenvolvimento e desenvolvimento local na América Latina*. In: ROMANO, Jorge O.; ANTUNES, Marta. *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, Zahar, 1989.
- HALL, Colin Michael. *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto, 2001.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). *Comunicação e estratégias de mobilização social*. Pará de Minas: Gênese, 2002.

IORIO, Cecília. *Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos*. In: ROMANO, Jorge O.; ANTUNES, Marta. *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. *O Projeto Manuelzão e a Expedição Manuelzão desce o Rio das Velhas*. In: HENRIQUES, Márcio Simeone e WERNECK, Nísia Maria Duarte (orgs). *Visões de futuro: responsabilidade compartilhada e mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento*. Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo-Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

MITCHELL, Ross E. e REID, Donald G. *Community integration*. Island Tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*. Vol. 28, No. 1, pp 113-139, 2001.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. *Comunicação, identidade e mobilização social na era da informação*. Vitória: VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, 2001.

OMT. *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca, 2001.

PEARCE, Philip L.; MOSCARDO, Gianna. *Análise do turismo comunitário: fazendo as perguntas certas*. In: PEARCE, Douglas G; BUTLER, Richard W. (orgs); tradução de Edite Sciuli. *Desenvolvimento em turismo: temas contemporâneos*. São Paulo: Contexto, 2002.

PETROCCHI, Mário. *Gestão de pólos turísticos*. São Paulo: Futura, 2002.

RABELO, Desirée C.; SUZINA, Ana Cristina. *A comunicação e os comunicadores na Pastoral da Criança*. In: HENRIQUES, Márcio Simeone e WERNECK, Nísia Maria Duarte (orgs). *Visões de futuro: responsabilidade compartilhada e mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

RANAURO, Márcio Lima. *Sustentabilidade numa perspectiva endógena*. Contribuição das “comunidades” no plano simbólico do desenvolvimento sustentável. Caderno Virtual de Turismo, número 14, dezembro de 2004. Disponível em www.ivt.vjnet/caderno.

RODRIGUES, A. B (org.). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: Hucitec, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura*. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

ROMANO, Jorge O. *Empoderamento: recuperando a questão do poder no combate à pobreza*. In: ROMANO, Jorge O.; ANTUNES, Marta. *Empoderamento e direitos no combate à pobreza*. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002.

SILVA, Jorge Antônio Santos. *Pensando o planejamento face à intervenção do estado no turismo: a questão do sistema de informações*. Turismo – Visão e Ação – ano 2 – n.5 – p.9-22 out-1999/mar-2000

TORO, José Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. *Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

TROPIA, Maria de Fátima Magalhães. *Fatores determinantes do desenvolvimento do turismo rural em Maria da Fé*. Dissertação apresentada à Universitat de Lles Iles Balears, 2003.