

As Relações Públicas no desenvolvimento do Turismo na Praia de Naturismo Tambaba¹

Thâmara Roque dos Santos SOUSA²

Suziane de Andrade GOMES³

Renato Arcúrio MILAGRE⁴

Gutemberg Cardoso da SILVA⁵

Samara Coutinho da NÓBREGA⁶

Fernanda Gabriela Gadelha ROMERO⁷

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

Tambaba é uma praia brasileira situada no município do Conde, litoral sul da Paraíba (PB), que fica cerca de 30 km da capital João Pessoa. A praia é conhecida principalmente pela área naturista, sendo a primeira praia do Brasil a permitir o naturismo. Esta característica vem chamando a atenção de estudiosos e curiosos que compõem seu atual potencial turístico. A praia não suporta um Turismo de massa, pois o acesso necessita desenvolver atividades de sustentabilidade, para que exista um *feedback* positivo para os públicos que frequentam a região. Para que exista a relação entre os públicos de forma a acrescentar uma boa estimativa, faz-se necessário planejar a comunicação entre elas, através do profissional de Relações Públicas. O artigo tem como objetivo analisar como o turismo pode melhorar, a fim de contribuir na implementação de atividades turísticas e desenvolver um Turismo que possa manter as relações positivas, evitando crises.

Palavras-chave: comunicação; relações públicas; turismo; praia de tambaba; planejamento.

1 Introdução

A praia de naturismo Tambaba, fica no município do Conde, que fica a cerca de 30 km da capital João Pessoa. Ela é dividida em duas partes: de um lado ficam as pessoas que praticam o naturismo; do outro, os que não tiram a roupa. A história de Tambaba começou com um pequeno grupo de frequentadores e adeptos do naturismo

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Recém-graduada no Curso de Relações Públicas. Graduada em Comunicação Social (Rádio e TV). E-mail: thamararoque@hotmail.com

³ Recém-graduada no Curso de Relações Públicas. E-mail: sag150580@gmail.com

⁴ Estudante do 7º semestre no Curso de Relações Públicas. Graduado em Administração pela UFPB. E-mail: renato17@hotmail.com

⁵ Recém-graduado no Curso de Relações Públicas da UFPB. E-mail: gutorp@Outlook.com

⁶ Estudante do 7º semestre no Curso de Relações Públicas da UFPB. E-mail: samara.coutinho@lavid.ufpb.br

⁷ Orientadora do trabalho. Professora Substituta do Curso de Relações Públicas, pela UFPB. Doutoranda em Estudos de Mídia UFRN. E-mail: gaby.gadelhar@gmail.com

em países da Europa, que, por volta de 1989, atraídos pela beleza da praia, resolveram banhar-se nu, convidaram amigos, que convidaram outros e os banhos ao natural tornaram-se prática rotineira nos finais de semana. À medida que a notícia se espalhou, surgiram as reclamações, de pessoas da comunidade, de membros da igreja e até de alguns vereadores do município do Conde. Em janeiro de 1990, quando tomou posse a prefeitura da cidade do Conde, o Prefeito Aluízio Vinagre Regis, resolveu conhecer o local pessoalmente. Para alegria de toda a comunidade naturista o Prefeito voltou maravilhado e já no dia 25 de janeiro de 1991, editou o Decreto 276, oficializando o espaço compreendido entre a Pedra dos Despachos e o Rio Graú, como sendo área destinada à prática do Naturismo. Estava criada a Praia Naturista de Tambaba. Para divulgação em nível nacional, promoveu o II Encontro Brasileiro de Naturismo, realizado de 24 a 27 de outubro de 1991, onde reuniu grande número de pessoas adeptas a essa prática, fato que lhe rendeu uma reportagem de 7 minutos no programa Fantástico da emissora Rede Globo.

Com o final do mandato de seu criador, em 1994, Tambaba, mesmo precariamente, continuou com a prática naturista, porém, as dificuldades foram enormes. Os Prefeitos sucessores pouco ou quase nada trabalharam pela manutenção do local. Não fosse a união de um grupo de naturistas, que avocou para si a responsabilidade pela conservação e manutenção de um dos patrimônios turísticos mais importantes da Paraíba, dificilmente a praia de Tambaba continuaria.

Foi neste período de transição política que a praia foi “dividida” em duas partes, onde antes era completamente voltada para o naturismo, a partir daquele momento haveria uma parte voltada para o naturismo e outra voltada para o público em geral. Este acontecimento ocorreu devido a crenças religiosas do prefeito do Conde que estava em exercício na época.

Aconteceu, porém um fato que começou a mudar esse quadro - a oficialização da Sonata - Sociedade Naturista de Tambaba, sucedânea de entidades como AAPT – Associação dos Amigos da Praia de Tambaba, que abriu um canal de comunicação em toda a Paraíba e estados vizinhos, com forte ressonância também no Município; ainda assim, permanecia uma situação de ambiguidade difícil de ser aceita. Enquanto o fluxo turístico triplicava, aumentado pela visita de muitos estrangeiros, o poder público se mantinha inerte, sem querer ouvir os reclamos daquela sociedade.

E desta forma continuou, até a segunda metade do governo do Prefeito Temístocles de Almeida Ribeiro, que coincide com a eleição da chapa encabeçada pelo naturista José C. Damasceno Filho, ocorrida em 27 de abril de 2003. Essa Diretoria defendia a tese de que era imperiosa uma imediata aproximação entre a Sonata e a Prefeitura de Conde. Para isso, o Presidente promoveu diversas reuniões com o Prefeito e com a Câmara de Vereadores objetivando um acordo que pudesse retirar Tambaba do marasmo em que se encontrava. Vencidas todas as resistências, o resultado não demorou. Em menos de dois anos foram executados diversos projetos, inclusive com aprovação de Leis Municipais; porém, o maior deles, certamente, é a parceria definitivamente consolidada entre Sonata e Prefeitura, que mudou a história da Praia de Tambaba.

Por muito tempo a administração da praia foi realizada através de associações e em alguns momentos com parceria da prefeitura, porém em 2010, devido a escândalos sobre pedofilia envolvendo a diretoria da Sonata, a administração de Tambaba passa a ser realizada pela prefeitura do município após decisão de Saulo Barreto que é um dos idealizadores dessa praia em suas origens e atual secretário de turismo.

Seguindo o ramo de atividade turística, a estrutura organizacional e administrativa da praia de Tambaba é feita através da prefeitura da cidade do Conde em conjunto com as Associações que estão no local. Questão de divisão de trabalho, definição de papéis, funções, padrões e procedimentos para exercer determinada função ou trabalho, e planos de cargos e salários é feita de forma individual, onde cada estabelecimento existente na praia, como: pousadas, restaurantes, bares, shopping, área de camping, é responsável por esta organização.

Como a praia de Tambaba é dividida em duas partes (de um lado as pessoas não precisam tirar a roupa e na outra, as que praticam o naturismo) na parte que não é exigido a prática naturista qualquer pessoa pode entrar sem nenhuma restrição; na área nudista só podem entrar pessoas que estejam de acordo com o código de ética⁸. Não existe cadastro para ter acesso ao local, basta respeitar e estar de acordo com as condutas exigidas.

Em relação à responsabilidade de comunicação, Tambaba mantém uma relação aberta com todos os veículos de comunicação que estejam interessados em divulgar, documentar, registrar ou abordar assuntos relacionados ao naturismo. Durante todos

⁸ Código de ética: <http://www.viagemdeferias.com/joaopessoa/praias/tambaba/regras.php>

estes anos os mais diversos meios de comunicação já noticiaram de alguma maneira a praia de Tambaba, porém, é necessário preservar sempre a intimidade dos frequentadores. Em entrevista realizada⁹ com João Wharles Portela, Coordenador dos Postos de Informações Turísticas da PBTur, nos foi informado que Tambaba recebe uma média de 200 mídias espontâneas por ano. Na praia existem algumas restrições que os frequentadores devem se adequar para poder desfrutar do local, como um código de ética naturista.

2 Relações Públicas e Turismo

Como em qualquer tipo de organização, empresa ou instituição o profissional de Relações Públicas tem o papel de se posicionar em todas as etapas de um planejamento. Refletindo sobre esse pensamento na área de turismo podemos perceber que o RP tem o objetivo de “estabelecer, através de um esforço deliberado, planejado e contínuo, um clima de compreensão e de confiança mútuas, entre organização e o público, permitindo que a atividade turística se processe de forma harmoniosa e num ambiente favorável”. (RUSCHMANN, 1990, p.47).

Podemos analisar que o profissional de Relações Públicas não precisa necessariamente se restringir ao campo institucional. Segundo Kunsch (2006, p. 10), Relações Públicas pode ser

também uma atividade mercadológica na medida em que estabelece as melhores formas de relacionamento com o mercado e, ao mesmo tempo, cria melhores oportunidades de vendas, gerando um ‘clima de negócios’, de compreensão, de aceitação da empresa e de seus produtos pela projeção que faz de um conceito positivo.

O turismo tem o intuito de trazer diversão e conhecimento para os visitantes e gerar um retorno financeiro benéfico para a localidade visitada. Com isso, unir o pensamento do relações públicas ao turismo se torna algo essencial, para que o público-alvo seja alcançado e posteriormente possa ter a continuidade produtiva desta ação.

Para tanto, se faz necessário algumas ferramentas básicas que são funções do profissional de RP, como conhecer o público que vai ser trabalhado para que possa traçar uma segmentação e assim ter um retorno positivo para o turismo. Além de conhecer o público é necessário saber seus desejos, aflições, o que ele anseia e a

⁹ Durante a realização da pesquisa o João Wharles Portela era coordenador dos Postos de Informações Turísticas da PBTur, atualmente ele ocupa o cargo de coordenador de eventos.

pesquisa é um dos pontos mais importantes para poder delimitar o público e desenvolver uma relação de qualidade mútua.

Temos que lembrar que o turismo além do público de visitantes e turistas, tem a comunidade local, que acaba sendo um diferencial para a evolução do turismo. Ou seja, é preciso prever como pode acontecer as interações entre os públicos e como isto pode ser aproveitado como forma estratégica para progresso do turismo.

Pelo fato de o Turismo ser esta atividade complexa, que envolve diferenças culturais, sociais e econômicas existentes entre os turistas e a população local, é que se demonstra a real necessidade de um planejamento no desenvolvimento turístico da cidade. É aí que se insere as Relações Públicas, com o seu papel estratégico de intermediar a relação entre os visitantes, turistas e o governo local, desenvolvendo uma política turística e comunicacional capaz de amenizar os impactos negativos do Turismo, integrando a comunidade local no processo turístico, evitando, desse modo, que esta fique isolada dos acontecimentos e até se volte contra a atividade turística (FREIRE, 2002, p.99).

É necessário perceber que em um meio onde a comunicação exista sempre haverá grupos distintos, com pensamentos diferentes, fatores socioeconômicos e culturais diversificados e nesse momento um planejamento estratégico para lidar com os variados públicos é fundamental para que possa prever possíveis falhas. Neste contexto podemos pensar na comunidade como anfitriã para o turista e trabalhar de forma adequada com esse público. Afinal a população acaba sendo vitrine e transmissora das qualidades que o local visitado pode ter para o visitante.

Segundo Barreto (2003, p. 26) “o grande paradoxo do turismo é que essa atividade coloca em contato pessoas que não enxergam a si mesmas como pessoas, mas como portadores de uma função precisa e determinada.”

Com isso é possível ter uma relação jamais existente, mas que o turismo proporciona e esse confronto de turistas e comunidade local deve ser aproveitado como potencializador do turismo. Barreto (2003, p. 26) acrescenta que

ajudar a entender os processos psicossociais desencadeados pelo fenômeno turístico, as expectativas, desejos, satisfações e frustrações das populações anfitriãs e dos turistas, as motivações para agir de uma ou outra maneira, a busca para além da simples viagem, a dinâmica cultural em que o turismo está inserido, a diversidade de interesses e necessidades sociais que o turismo afeta, enfim, seus dilemas e paradoxos seria uma enorme contribuição das ciências sociais para o planejamento equilibrado de um turismo responsável.

Se tratando de turismo podemos imaginar a diversidade existente de públicos e o risco iminente de mal entendidos se amplia. Por isso é imprescindível que seja elaborado um planejamento de comunicação adequado para cada segmento do turismo, pois o mesmo envolve uma gama de serviços integrados com uma única finalidade.

Para Simões (1995, p. 42), “como atividade, Relações Públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional, enfocado através do processo de comunicação da organização com seus públicos”. Segundo o conceito de Simões, fica enfática a importância das Relações Públicas no planejamento estratégico voltado para a área do turismo, pois no atual mercado turístico as agências e empresas que lidam diretamente com esse setor necessitam cada vez mais do maior número de informações precisas para que se possa ter sucesso e o objetivo atingido a através dos procedimentos de Relações Públicas.

Os profissionais de RP ligados à área de turismo, de um modo geral, necessitam ter conhecimento específico e adequado para escolher bem os instrumentos fundamentais para ter os resultados que precisa.

Um ponto que devemos pensar é a associação entre o papel das Relações Públicas com o *marketing* turístico, visto que essa ligação contribui para o desenvolvimento econômico e social da comunidade. Segundo Krippendorf (1989, p. 219)

a política comercial e o Marketing são amplamente responsáveis pela fisionomia do turismo. Portanto, o aprendizado de um turismo mais humano deve começar nesta área. A responsabilidade dos mesmos é particularmente importante, não apenas em razão das influências, mas também porque – à diferença da indústria produtora de bens materiais – as operações comerciais incidem sobre os seres humanos, as culturas e as paisagens e, sobretudo, sobre o tempo livre que o indivíduo considera como o mais precioso: o próprio tempo livre.

Com isso podemos percebermos que as Relações Públicas inserida nesse contexto busca a valorização dos objetivos e qualifica a interação com os seus públicos, independente de qual papel ele exerça, seja ele turista ou comunidade. Assim, podemos afirmar que o RP deve estar em sintonia com todos os âmbitos da comunidade, como a valorização do patrimônio cultural e histórico, preservação do meio ambiente e buscando resgatar a essência e os costumes da localidade.

3 Relacionamento da Praia de Tambaba com os Públicos

A Praia de Tambaba mantém uma relação de parceria com o Governo do Estado da Paraíba, por meio da PBTur, da Prefeitura Municipal do Conde, da Polícia Militar do Estado da Paraíba, do Corpo de Bombeiros do Estado da Paraíba, do Blog Praia de Tambaba, do Portal Brasil Naturista e da Superintendência de Administração do Meio Ambiente (Sudema), da imprensa em geral, da Operadora Visual Turismo (SP), da Agência de Viagens MDM Naturs (SP), da PLANAT – Naturistas do Planalto Central (BSB), da Luck Receptivo (PB) e da AVALITEC's Engenharia.

Essa relação de parceria é essencial para uma melhor organização da praia, pela busca constante de melhorias para o desenvolvimento da comunidade local e para atrair mais turistas de todas as partes do mundo, gerando assim uma maior visibilidade de Tambaba e maior fortalecimento de sua imagem.

O Governo do Estado da Paraíba, por meio da PBTur, promove praticamente toda parte de propaganda e divulgação em eventos anuais de turismo em nível nacional e internacional. A Prefeitura Municipal de Conde que atualmente é responsável pela administração de Tambaba, Polícia Militar do Estado da Paraíba e do Corpo de Bombeiros do Estado da Paraíba oferecem apoio em relação a segurança da praia e de seus frequentadores.

Em relação à imprensa, Tambaba mantém uma relação aberta com todos os veículos de comunicação que estejam interessados em divulgar, documentar, registrar ou abordar assuntos relacionados ao naturismo. Durante todos estes anos os mais diversos meios de comunicação já noticiaram de alguma maneira a praia de Tambaba, porém, é necessário preservar sempre a intimidade dos frequentadores. Em entrevista realizada com João Wharles Portela, Coordenador dos Postos de Informações Turísticas da PBTur.

A relação com as ONG's e associações sempre foi de extrema importância para o surgimento e continuidade da existência de Tambaba. As principais são a Associação Tambaba Nua (ATN), que estimula que cada um viva da forma mais natural e espontânea possível, sem rótulos, máscaras ou características padronizadas; e tem a incumbência de organizar uma série de normas de conduta ética, como meio de garantir um padrão de comportamento na praia; a Associação dos Amigos de Tambaba (AAPT) e a Sociedade Naturista de Tambaba (Sonata) que também já foram responsáveis pela

gestão da praia e garantiram por muito tempo seu funcionamento sem qualquer auxílio governamental.

Os comerciantes de Tambaba são membros da comunidade local e os donos da pousada e do bar naturista fazem parte das associações naturistas, ou seja, também são responsáveis pela organização e controle da prática do naturismo em Tambaba.

O público que frequenta a praia é variado, há turistas de todas as partes do Brasil e de diversas partes do mundo, não existem limitações de idade, podem entrar casais heteros ou homossexuais, famílias, amigos, grupo de mulheres, porém, a única restrição é que um homem sozinho não pode entrar na parte naturista.

Os projetos desenvolvidos em Tambaba são realizados tanto pelos entes governamentais quanto pelas associações e entes da iniciativa privada, um exemplo disso é o projeto Inclusão Social com Capacitação Profissional que foi desenvolvido através de uma parceria entre a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) com o Ministério do Turismo, tendo como responsável pela sua gestão a empresa POOL Consultoria Empresarial LTDA.

Este projeto foi desenvolvido em 2009 com o objetivo de capacitar 150 jovens da região Metropolitana da grande João Pessoa para a cadeia produtiva do Turismo, oferecendo os cursos de Garçom/Garçonete, Camareira, Auxiliar de Cozinha e Mensageiro, utilizando como metodologia palestras, oficinas, visitas técnicas e a realização de atividades sócio-educativas na comunidade local.

O projeto teve ótimos resultados onde conseguiu capacitar 142 alunos de uma proposta inicial de 150 jovens e sua grande maioria já conseguiram de imediato ingressar no mercado de trabalho nas áreas turísticas locais, inclusive em Tambaba.

A praia de Tambaba está dentro da Área de Proteção Ambiental (APA) Estadual, localizada na microrregião do Litoral Sul Paraibano, no município de Conde (distrito de Jacumã), Paraíba. Foi decretada como Unidade de Conservação em 26 de março de 2002, pelo Decreto Estadual nº 22.882.

Atualmente, existe uma chefia e um conselho gestor devidamente instalado para desenvolver um programa de educação ambiental com vistas a diminuir a incidência de resíduos sólidos, sobretudo, plásticos e vidros em toda a sua área.

Na APA de Tambaba as atividades de lazer, turismo e agrícola caracterizam o uso atual da área. As praias de Tambaba, Coqueirinho e Tabatinga vêm, nos últimos anos, sendo ocupados com edificações de casas de veraneio, bares e pousadas. A

pavimentação da via PB-008, trecho Jacumã-Tambaba, tem acelerado o processo de ocupação e atraído significantes empreendimentos turísticos para a região. A vocação turística da área ficou evidente com a criação de primeira praia de naturismo do Nordeste, na praia de Tambaba.

Não existe nenhuma infra-estrutura básica na área, como saneamento, rede coletora de esgoto, água encanada, coleta regular de lixo e local adequado para disposição final. As principais vias de acesso são BR-101 e a PB-008 que margeia toda a área proposta.

O fato de não apresentar uma estrutura tão elaborada como as praias urbanas do Estado da Paraíba permite a praia de Tambaba a ideia de um paraíso intocado, sendo esta imagem utilizada para sua identidade, porém, essa realidade vem mudando ao longo dos anos e atualmente percebemos a instalação de ocupações irregulares que não possuem a infraestrutura necessária e um grande fluxo de turistas que tem gerado um grande acúmulo de lixo na praia.

A imagem que Tambaba pretende transmitir para a comunidade é a de um “paraíso natural”, cenário colorido, abundante, expressada como “natureza em sua forma mais perfeita” e a sociedade vem se mostrando aberta e aceitando cada vez mais a presença de uma praia que realiza a prática do naturismo, diferente do que ocorreu em seu surgimento e nos primeiros anos de atividade onde a comunidade local, alguns entes privados e até órgãos governamentais não aceitavam tão facilmente esta atividade.

4 Análise e resultado: o Turismo na Praia de Tambaba e a contribuição das Relações Públicas

O sistema de comunicação é feito de maneira direta com o público através do site e redes sociais (*facebook* e *twitter* são os mais usados) manuseados pela Associação Tambaba, onde os usuários ou apreciadores do naturismo têm a possibilidade de conhecer melhor a praia, suas leis e ética naturista, e receber todas às notícias e novidades que são oferecidos através de atualizações constantes.

A praia de Tambaba também conta com a ajuda de sites de notícias, não só locais (Estado da Paraíba), mas também do Brasil e até mesmo de outros países que divulgam os eventos, por se tratar de uma atração diferenciada, dessa forma a imagem de Tambaba é circulada e bem vista dentro e fora do país atraindo turistas de todas as partes do mundo.

Há uma boa quantidade de material explicativo na internet sobre a praia, ou seja, parte desse material encontra-se em blogs feitos por adeptos do naturismo, que expõe para os interessados tudo o que diz respeito à praia e o que ela representa, desde a história, eventos e até mesmo as normas de utilização para quem deseja frequentar, por isso é considerada uma propaganda favorável e atrativa para a imagem de Tambaba.

Através desses mesmos meios de comunicação é que são divulgados todos os eventos naturistas ou promoções que os administradores da parte de nudismo oferecem. Alguns dos eventos já feitos na praia de nudismo são: Reveillon de Tambaba, Campeonato de Surf Nu, o TambabaFest que acontece anualmente e a Abertura do Verão em Tambaba. Há também outros atrativos como pousada, bares e restaurantes, artesanato e trilhas ecológicas.

A praia foi por um bom tempo administrada pela Sonata e atualmente é a prefeitura do município do Conde que se encarrega dessa função. Após uma reunião foram implantados vários projetos, inclusive a aprovação de leis municipais.

A prefeitura de Conde com o apoio das associações é responsáveis pelas atividades turísticas, estrutura organizacional e administrativa; como também são responsáveis por pousadas, bares, shoppings e áreas de camping. Não é necessário ter cadastro para visitar a área naturista, o que se pede é que mantenha sempre o respeito e a boa conduta exigida pela administração. Tem como pontos fortes: reconhecimento internacional; parceria com os órgãos estaduais para atrair mais turistas; fácil comunicação com a imprensa; geração de emprego e renda; contato direto com a natureza através de trilhas e passeios ecológicos. Como pontos fracos: má pavimentação da estrada; falta de infra-estrutura; grande quantidade de lixo deixado pelos turistas; falta de segurança e logística.

Com base em todos os dados coletados, o grupo identificou a necessidade de implantar um planejamento de prevenção e gestão de crise, que servirá para evitar grandes impactos com a imagem da praia, o que é de suma importância, fazendo com que os colaboradores saibam como agir caso ocorra uma crise e uma Campanha de Preservação ao Meio Ambiente que consiste em criar alguns projetos e matérias de preservação ambiental para a melhoria da praia e de seus visitantes.

Ao analisar as relações com os públicos em geral, percebemos a grande satisfação dos frequentadores que ficam encantados com a beleza do local. Porém, algumas pessoas ainda associam a nudez à pornografia e ao sexo. Mesmo com todas as

advertências e placas existentes na praia, alguns fiscais da Sonata relataram que é preciso ficar sempre alerta, pois o desrespeito às normas é grande, sobretudo nos dias de muito movimento. Algumas pessoas tentam transar em áreas escondidas ou mesmo dentro do mar. Além disso, existem os casos de pedofilia, que interfere na entrada de homens sozinho e casais gays.

O caso que prejudicou a imagem da Praia de Tambaba foi em 2010, quando aconteceu a prisão de um dos membros¹⁰ da Sociedade Naturista de Tambaba. Ele foi preso durante uma operação intitulada ‘Pregador’, realizada em parceria entre o Ministério Público, Polícia Rodoviária Federal (PRF) e Grupo de Operações Especiais (GOE). Para isso criamos a estratégia de planejamento de prevenção e gestão de crises, para quando acontecer alguma coisa que possa denegrir a imagem da praia exista uma organização preparada para combater determinado caso, estabelecendo métodos e maneiras eficazes para solucionar problemas.

Outro fator que diagnosticamos na praia de Tambaba que pode prejudicar a imagem de praia paradisíaca é a questão da consciência ecológica. A praia de Tambaba está dentro da Área de Proteção Ambiental (APA) Estadual de, localizada na microrregião do Litoral Sul Paraibano, no município do Conde (distrito de Jacumã), Paraíba. Existe uma chefia e um conselho gestor devidamente instalado para desenvolver um programa de educação ambiental com vistas a diminuir a incidência de resíduos sólidos, sobretudo, plásticos e vidros em toda a sua área. Porém nos últimos anos, essa área vem sendo ocupada com edificações de casas de veraneio, bares e pousadas.

A pavimentação da via PB-008, trecho Jacumã-Tambaba, tem acelerado o processo de ocupação e atraído significantes empreendimentos turísticos para a região. A vocação turística da área ficou evidente com a criação de primeira praia de naturismo do Nordeste, na praia de Tambaba. Não existe nenhuma infraestrutura básica na área, como saneamento, rede coletora de esgoto, água encanada, coleta regular de lixo e local adequado para disposição final. As principais vias de acesso são BR-101 e a PB-008 que margeia toda a área proposta. Para isso criamos a ação campanha de prevenção do meio ambiente, para tentar resolver algumas questões que torne a imagem da Praia

¹⁰Mais de 100 crianças foram vítimas do naturista acusado de pedofilia:

http://www.jornaldaparaiba.com.br/vida_urbana/noticia/52998_mais-de-100-criancas-foram-vitimas-do-naturista-acusado-de-pedofilia

de Tambaba como ela quer ser conhecida, como um paraíso natural, intocável, onde as pessoas respiram e vivem a natureza sem desrespeita-la.

Com isso sugerimos ações a fim de melhorar o processo de comunicação da Praia de Tambaba com seus diversos públicos.

A primeira é o planejamento de prevenção e gestão de crises que tem como objetivo elaborar um plano de prevenção de crises em situações diversas. A Crise Organizacional é um fato previsível ou não que ameaça a imagem/reputação de uma organização. São geradas por situações adversas, como acidentes, disputas trabalhistas, greves, questões ambientais, fraudes e corrupção, reclamações de consumidores. Resultam em grande cobertura pela mídia, influenciam a opinião pública, podem provocar prejuízo nas vendas/lucros, podendo afetar principalmente a imagem e a competitividade da organização.

Para evitar essas crises de imagem é de extrema importância que a organização esteja preparada e que todos os colaboradores saibam o que fazer para que isso não ocorra e como se portar em caso de acontecimentos de crise.

O profissional de Relações Públicas é o responsável por estabelecer e manter o contato entre a organização e todos os seus públicos, assim, dispõe do Planejamento de Prevenção e Gestão de Crise como uma ferramenta essencial que vai minimizar as possibilidades de crise e mostrar estratégias de ação em caso de crise, evitando que as organizações fiquem com sua imagem associada a fatores negativos.

Ao analisar todas essas informações e de acordo com os dados coletados na sobre a praia de Tambaba, identificamos que não existe um planejamento estratégico que aborde a gestão de crises, assim, estabelecemos como proposta a criação de um Planejamento de Prevenção e Gestão de Crise que aborde todos estes aspectos para que ela possa continuar fortalecendo sua imagem perante todos os públicos envolvidos e possa atrair cada vez mais turistas.

Já a outra ação seria a campanha de prevenção ao meio ambiente, que visa Reorganizar um espaço de conscientização através da implementação de uma campanha de preservação do meio ambiente. A praia de Tambaba vem sofrendo ao longo dos anos um grande problema em relação a conservação do meio ambiente pois não existe nenhuma infraestrutura básica na área, como saneamento, rede coletora de esgoto, água encanada, coleta regular de lixo e local adequado para disposição final, além disso, o

fluxo de turistas está cada vez maior e o lixo deixado por estes também estão afetando a conservação do meio ambiente.

Para tentar resolver este problema a equipe sugere que seja feita uma Campanha de Preservação do Meio Ambiente com parceria entre a PBTur, a Prefeitura do Município do Conde e as Associações de Naturismo que estão envolvidas na gestão da praia de Tambaba.

Com essa campanha seria possível melhorar as condições locais e criar ferramentas para manter a conservação local ao longo do tempo, assim, esse trabalho deve ser algo contínuo e sempre aperfeiçoado com novas técnicas e práticas que possam melhorar o meio ambiente.

5 Considerações Finais

Optar pelo setor de turismo na área das Relações Públicas foi um grande desafio, pois é um campo pouco explorado diante de uma verificação dos estudos a cerca da temática na área de Relações Públicas. A área turística tem perspectivas, com ascensão no mercado a qual promove o lazer e diversão para os públicos.

Com este trabalho podemos perceber a importância das Relações Públicas no assessoramento entre os públicos para que haja uma harmonia nas relações e que o desenvolvimento da consciência turística seja valorizado e qualificado, suprimindo as necessidades e desejos dos turistas. Pensar em um planejamento estratégico de comunicação na área da atividade turística é importante para traçar os objetivos que se quer alcançar para que depois possa ser possível avaliar os resultados, com a finalidade de que o turismo tenha êxito.

Percebemos que o RP está em todos os momentos da comunicação e tem habilidade para acompanhar e desenvolver funções também na área de marketing turístico, atividades de sustentabilidade ou outro setor de interesse do público, a fim de alcançar as metas e melhorar os resultados. Sendo assim, é possível diminuir as possíveis crises que possam ocorrer, e contribuído para que o público de interesse esteja satisfeito.

Em resumo, a atividade de Relações Públicas é primordial para potencializar a comunicação no turismo, não apenas de caráter promocional dos destinos, mas como

mediador das relações no ambiente turístico. Para isso é necessário pensar novas alternativas de estratégias a fim de desenvolver o turismo, contribuir para o desenvolvimento local e aumentar a quantidade de turistas, além de perpetuar a responsabilidade que todos os públicos detêm no meio cultural e social da comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Margarita. **O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e compreensão do turismo**. Horizontes Antropológicos, 2003, vol.9.

FREIRE, Patrícia (Coord.). **Relações Públicas em Turismo**. Salvador: FIB, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo resultados em Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 2006.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Marketing Turístico**: um enfoque promocional. 2 ed - Campinas, SP: Papyrus, 1990.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas**: função política. São Paulo: Summus, 1995.