

MARTA MARIA LOPES SOLLER

**A ATIVIDADE TURISTICA E O PERFIL DO PROFISSIONAL
NO MUNICIPIO DE BONITO/MS COM ALTERNATIVAS
PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
- MESTRADO ACADÊMICO –
CAMPO GRANDE – MS
2006**

MARTA MARIA LOPES SOLLER

**A ATIVIDADE TURISTICA E O PERFIL DO PROFISSIONAL
NO MUNICIPIO DE BONITO/MS COM ALTERNATIVAS
PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Dissertação apresentada como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico à Banca Examinadora, sob orientação do Profª Drª Maria Augusta Castilho.

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
- MESTRADO ACADÊMICO –
CAMPO GRANDE – MS
2006**

Ficha catalográfica

Soller, Marta Maria Lopes
S688a A atividade e o perfil do profissional no município de Bonito/MS com
alternativas para o desenvolvimento local / Marta Maria Lopes Soller;
orientação, Maria Augusta de Castilho. 2006.
112 f. + anexos

Dissertação (mestrado) – Universidade Católica Dom Bosco, Campo.
Grande, 2006.
Inclui bibliografias

1. Turismo – Bonito (MS) 2. Desenvolvimento local 3. Territorialidade. I.
Castilho, Maria Augusta de . II. Título

CDD-338.4791

Bibliotecária: Clélia T. Nakahata Bezerra CRB 1-757

Não são suspensos, nem tão famosos,
mas nem por isso, menos formosos.

São babilônicas maravilhas:
potamoguêntos... mini lentilhas...
A clorofila e o azul calcário
moldando a Vida – vivos cenários!

Não é história: na Bodoquena
os rios se escondem de forma plena.
Depois ressurgem Azuis, piscosos,
e os Perdidos viram Formosos.

O paraíso? Lugar bendito?
Ou simplesmente ... lugar...
Bonito.

DEDICATÓRIA

Dedico meu estudo a 1º Turma do Curso de Turismo do Instituto de Ensino Superior da Fundação Lowtons de Educação e Cultura – IESF de Bonito - MS, pelo apoio na pesquisa e por ter me galanteado com o nome da turma de 2006.

À Flávia Néri, minha filha cósmica,

À Paula Batassini, e à Alice por tudo que representam para mim.

Ao Kiko, Catia e o Darlei, pois seria ainda mais difícil se eles não existissem.

Ao Lauro ...

Aos meus sobrinhos Joaquim e Vinicius, com muito carinho, por me aturarem...

E ao meu tio Geraldo Soller, Repórter e Jornalista, por ter me ensinado coisas como esta parte da crônica Voando Contra o Vento do seu livro Pinceladas do Cotidiano (1983).

“[...] Naquela mesma lição, que alhures aprendi, fiquei sabendo que os sofrimentos são os ventos de Deus. Ventos contrários, ventos às vezes muito fortes. Se procurarmos nos abrigar deles, ao certo não saberemos o que nos vai acontecer. Mas se o enfrentarmos, resolutos, por certo conseguiremos ultrapassá-los, e vencê-los.”

Para todos, minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

Para os meus mestres

“Damos sempre graças a Deus por todos vós, mencionando-vos em nossas orações, e sem cessar recordando-nos, diante do nosso Deus e Pai, da operosidade da vossa fé; da abnegação do vosso amor e da firmeza da vossa esperança em nosso senhor Jesus Cristo.”

I Ts 1:2 e 3

“Ora, aquele que dá semente ao que semeia, e pão para alimento, também suprirá e aumentará a vossa sementeira, e multiplicará os frutos da vossa justiça.”

II Co 9:10

RESUMO

A presente pesquisa tem como objeto de estudo o turismo em Bonito - MS e tem por finalidade estudar o turismo, analisando, simultaneamente, a atividade turística no município e quem é o profissional que trabalha com o fenômeno na localidade, justificado pelo crescimento desta atividade na localidade, decorrente do seu potencial natural e diversidade de ecossistemas. Esta pesquisa é a extensão de estudos realizados anteriormente, cerca de uma década, nesta região o que fomenta na pesquisadora cada vez mais o interesse em discutir as dificuldades decorrentes da exploração da atividade turística, bem como suas alternativas e propostas, buscando relatar fatos presentes, para que se possa entender todo esse processo no futuro. A região da Serra da Bodoquena vem se desenvolvendo, através da implantação do turismo, em virtude de seu potencial histórico-cultural e, principalmente natural. A relação existente entre turismo e natureza é indiscutível, ainda mais nesta localidade, onde os proprietários de atrativos naturais preparam seu produto, e os colocam no mercado, muitas vezes sem planejamento algum, esquecendo-se que esta é uma região formada por ambientes frágeis, onde o cuidado carece de atenção redobrada. A ligação entre desenvolvimento e meio ambiente é colidente, pois pode causar danos consideráveis ao patrimônio natural, então, são necessários projetos mais racionais, com a minimização dos impactos, fundamentado na realidade de cada localidade. Desta forma, considera-se de relevante importância o estudo aqui sugerido, para avaliar o modo como o turismo é fator de inclusão social no município de Bonito, gerando empregos e sendo um instrumento no processo de Desenvolvimento Local com responsabilidade social.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, desenvolvimento local, perfil profissional, territorialidade.

ABSTRACT

To present research has like object of study the tourism in Bonito - MS and has for purpose study the tourism, analyzing, simultaneously, the tourist activity in the town and who is the professional that work with the phenomenon in the locality, justified by the growth of the activity in the locality, resulting of its natural potential and diversity of ecosystems. This research is extension of studies accomplished previously, around one decade, in this area that foments more and more in the researcher the interest in discussing them difficulty current of the exploration of the tourist activity, as well as your alternatives and solutions, looking for to tell present facts, so that one can understand that whole process in the future. The area of the Serra da Bodoquena comes developing, through the implantation of the tourism, by virtue of your historical-cultural potential and, mainly natural. The existent relationship between tourism and nature is unquestionable, still more in this place, where the proprietors of natural attractions prepare your product, and they place them in the market, a lot of times without some planning, forgetting that this is an area formed by fragile atmospheres, where the care lacks of doubled attention. The connection between development and environment is face, therefore can cause considerable mischief to the necessary then, healthy, natural patrimony rational projects, with lesser impacts, substantiated in the reality of each locality. In this way, considers itself of prominent importance the study here suggested, for evaluate the way as the tourism is factor of social enclosure in the town of Bonito, generating employments and being an instrument in the process of Local Development with social responsibility.

KEY-WORDS: Tourism, local development, professional profile, territoriality.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 Ciclo de vida das destinações turísticas	22
FIGURA 2 Parte Interna da gruta de São Miguel.....	23
FIGURA 3 Mirante para apreciação da floresta	24
FIGURA 4 Gruta do Lago Azul.....	25
FIGURA 5 Flutuação no aquário natural.....	26
FIGURA 6 Nascente rio Sucuri.....	26
FIGURA 7 Passeio de bote rio Formoso	27
FIGURA 8 Vista Aérea do Balneário Monte Cristo	28
FIGURA 9 Balneário Municipal rio Formoso.....	28
FIGURA 10 Ilha do Padre.....	29
FIGURA 11 Cachoeira do Aquidaban.....	30
FIGURA 12 Dourado no rio Sucuri.....	31
FIGURA 13 Lagoa Misteriosa.....	31
FIGURA 14 Receptivo do Bonito Aventura.....	32
FIGURA 15 Mapa da Serra da Bodoquena	42
FIGURA 16 Área do Balneário interditada	48
FIGURA 17 Área de localização do planalto da Bodoquena.(2004).....	50
FIGURA 18 Cachoeira do Córrego Seco.....	51
FIGURA 19 O cotidiano da cidade de Bonito	52
FIGURA 20 Amanhecer de Bonito no inverno	53
FIGURA 21 Paisagem típica da região de Bonito com a Serra da Bodoquena	54

FIGURA 22 Captação de água de Bonito	55
FIGURA 23 Festa clube do laço	56
FIGURA 24 Projeto Reciclagem – Projecto Vivo – Brazil Bonito	57
FIGURA 25 Hotel Zagaia – Blue Tree	58
FIGURA 26 Rio Formoso – Balneário Municipal de Bonito	59
FIGURA 27 “Céu de Piraputanga” – flutuação no aquário natural Baia Bonita	60
FIGURA 28 Acampamento técnico curso de guia – Estância ecológica Rio da Prata	62
FIGURA 29 Gráfico do gênero dos funcionários dos atrativos turísticos de Bonito	66
FIGURA 30 Gráfico faixa etária dos funcionários dos atrativos turísticos de Bonito	67
FIGURA 31 Gráfico faixa etária dos funcionários das agências de Bonito	68
FIGURA 32 Gráfico comparativo de gênero dos funcionários dos atrativos das Agências de Bonito	70
FIGURA 33 Gráfico idade das empresas de transportes de Bonito	71
FIGURA 34 Gráfico comparativo entre a faixa etária dos funcionários dos atrativos, das agências e da hotelaria de Bonito	74
FIGURA 35 Gráfico da evolução do número de atrativos turísticos visitados em Bonito entre os anos de 1996 e 2005	83

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A	103
APÊNDICE B	105
APÊNDICE C	107
APÊNDICE D	109

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A 111

ANEXO B 113

ANEXO C 115

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1. REFERENCIAL TEÓRICO	18
1.1 TURISMO	18
1.2 CICLO DE VIDA DOS DESTINOS TURÍSTICOS	21
1.3 ATRATIVOS TURÍSTICOS	22
1.3.1 Pontos Turísticos	23
1.4 TERRITÓRIO E GLOBALIDADE	32
1.5 TERRITÓRIO E TURISMO	35
1.6 TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL	38
1.7 TURISMO NA SERRA DA BODOQUENA	41
2 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	44
2.1 SERRA DA BODOQUENA: LEVANTAMENTO HISTÓRICO, GEOGRÁFICO E SOCIAL	44
2.2 O PLANALTO DA BODOQUENA	44
2.2.1 Histórico da Região	45
2.2.2 Histórico do turismo da região	47
2.3 ECONOMIA	49
2.4 ASPECTOS GEOGRÁFICOS	49
2.5 BONITO – UM MUNICÍPIO NATURAL	51
2.5.1 Histórico	52
2.5.2 Aspectos Geográficos	53
2.5.3 Aspectos Sociais	55
2.5.4 Aspectos Econômicos	56
2.6 TURISMO EM BONITO	57

2.6.1 A Estrutura Turística do Município	61
3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS QUANTITATIVOS	65
3.1 RESULTADOS DA PESQUISA NOS ATRATIVOS TURÍSTICOS	65
3.2 RESULTADOS DA PESQUISA NAS AGÊNCIAS	67
3.3 RESULTADOS DA PESQUISA NAS TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS	70
3.4 RESULTADOS DA PESQUISA NA HOTELARIA	72
3.5 RESULTADOS DA PESQUISA DAFO	74
3.5.1 Deficiências	75
3.5.2 Ameaças	76
3.5.3 Pontos Fortes	78
3.5.4 Oportunidades	80
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS QUALITATIVOS	82
4.1 ANÁLISE DA PESQUISA DAFO	85
4.1.1 Deficiências	85
4.1.2 Ameaças	89
4.1.3 Pontos fortes e Oportunidades	91
CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
REFERÊNCIAS	99
APÊNDICES	102
ANEXOS	110

INTRODUÇÃO

O objetivo do presente trabalho é estudar o fenômeno do turismo, analisando, simultaneamente, a atividade turística em Bonito, MS e quem é o profissional que trabalha com o fenômeno na localidade.

Para entender aos propósitos acima mencionados, a pesquisa será direcionada para as seguintes reflexões: Dimensionar o perfil do profissional que atua na área; avaliar a exploração da atividade turística, passado e presente e sugerir alternativas, aporte para mudar o atual quadro.

É propósito de este trabalho oferecer contribuições para se conhecer o desenrolar da atividade turística de Bonito e análise de seu real desenvolvimento. A apresentação dos dados coletados, objetiva dimensionar o perfil do profissional que atua na área do turismo no município analisado, bem como oferecer dados percentuais para uma melhor visualização da realidade turística no local. Os questionários aplicados, tabulados e analisados (ver apêndice A,B,C e D) oferecem uma rica contribuição ao estudo em tela.

A região da Serra da Bodoquena, onde Bonito está inserido, vem desenvolvendo a atividade turística em virtude de seu potencial histórico-cultural e, principalmente natural. A relação existente entre turismo e natureza é indiscutível, ainda mais nesta localidade, onde os proprietários de atrativos naturais preparam seu produto, e os colocam no mercado, muitas vezes sem planejamento algum, esquecendo que esta é uma região formada por ambientes frágeis, onde o cuidado deve ser redobrado.

Com a expansão desse fenômeno, urge a necessidade elaborar estudos científicos e de se empreender planos que estabeleçam limites, levando em conta o equilíbrio dos recursos naturais. O turismo é considerado um elemento importante de desenvolvimento

econômico e social sustentável, pois através de planejamentos eficientes, atua na dimensão cultural, social, econômica, ecológica e política.

A presente pesquisa se caracteriza por ser um estudo de caso de natureza qualitativa, e visa dimensionar o perfil do profissional que trabalha no turismo de Bonito. A análise é de natureza exploratória por levantar *in loco* as condições do local, tendo também como suporte a revisão bibliográfica e a análise documental.

Para a realização da pesquisa foram utilizados os tipos: qualitativa, quantitativa documental, bibliográfica e de observação, onde foram desenvolvidas as diversas etapas, ficando assim constituídas:

Qualitativa – foi delimitado um número de pessoas (representantes da comunidade em geral e envolvidos na atividade turística), entrevistadas pela pesquisadora.

Documental – foram levantadas fontes documentais possíveis conservadas em arquivos de instituições públicas e privadas, pessoais, documentos de segunda mão e dados estatísticos.

Bibliográfica – foram feitos levantamentos preliminares da literatura existente para elaboração conceitual e definição de marcos teóricos, facilitando assim o grau de entendimento de dados históricos para buscar a veracidade dos fatos; que segundo Dencker (1998, p. 125) “A pesquisa bibliográfica permite um grau de amplitude maior, economia de tempo e possibilita o levantamento de dados históricos. [...] o pesquisador deve analisar a forma como foram colhidos os dados e confrontá-los com outras fontes, a fim de reduzir a possibilidade de erro”.

Observação direta - foi elaborado um roteiro para observação da situação atual no município e dos munícipes envolvidos com o desenvolvimento do turismo. Desta forma, pôde se conhecer, identificar e sentir as expectativas e o interesse dos munícipes em relação ao desenvolvimento da atividade turística.

O interesse e primeiras visitas ao município ocorreram por volta de 1988, quando Bonito “engatinhava” para o turismo. A família da pesquisadora possuía um “*trailer*”¹, o que propiciava estar no local constantemente e por longos períodos, permitindo o acompanhamento do rápido crescimento do turismo. No ano de 1995 uma parceria entre a *Conservation International*, *The Ecoplan: Net Institute*, SENAC/CEATEL-SP, Fundação Florestal, Instituto Ecológico Cristalino e Bioma Educação e Assessoria Ambiental, disponibilizarão a “Oficina de Capacitação em Ecoturismo” a qual a pesquisadora foi convidada a participar, desencadeando daí a busca do bacharelado, e o enveredamento pela pesquisa o que já resultou em dois trabalhos monográficos sobre a local, convidada para diferentes palestras e participações em distintos eventos culminando na docência no Curso de Turismo do Instituto de Ensino Superior da FUNLEC de Bonito (IESF) no período de janeiro de 2004 até julho de 2005, só se afastando para esta dissertação, criando com isso, a oportunidade de colecionar farto material teórico bibliográfico e apreender a realidade dos fatos vivenciados no cotidiano da população envolvida, sendo um diferencial na investigação.

A ínfima quantidades de estudos científicos referentes ao turismo, congregado à preocupação em definir o perfil do profissional que atua na área e evolução do fenômeno turístico na região, justificaram a realização de pesquisa de campo, que consistiu na aplicação de questionários aos trabalhadores do turismo e entrevistas livres e semi-direcionadas com pessoas, deste estudo ocorreu durante todo período do mestrado acadêmico e fizeram parte a tabulação dos dados coletados, elaboração e interpretação dos resultados e sua própria redação. Para tabulação dos dados e elaboração do trabalho, utilizou-se dos recursos da informática.

A pesquisa está organizada em capítulos assim direcionados: capítulo 1 estudo preliminar que dará respaldo aos demais, ou seja referencial teórico. O capítulo 2 é o objeto de estudo, o município de Bonito/MS e a Serra da Bodoquena, levantamento histórico, geográfico e social. O terceiro capítulo apresenta os dados da pesquisa. No quarto capítulo a elaboração de uma análise com respaldo qualitativo, embasada em relato de alguns atores do turismo local.

¹ Trailer: 2.1 vagão que serve de moradia, rebocado por automóvel geralmente usado para camping ou excursões turísticas. HOUAISS.2004, pg.2747.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

A atividade turística nasceu e se desenvolveu com o capitalismo e continua despertando o interesse de diferentes setores, seja por fatores de fomento econômico, ambiental, por gerar inclusão social ou por proporcionar momentos de prazer aos que buscam novos lugares, novas paisagens. Atualmente é uma atividade em plena expansão, fazendo parte do setor terciário da economia, ou seja, o da prestação de serviços, sendo considerada uma das bases da economia do século XXI; gerando empregos, fixando o homem em seu território e melhorando sua qualidade de vida. Por outro lado, quando ocorre de maneira empírica, desordenada, sem planejamento adequado causa danos lastimáveis aos mesmos setores que foram considerados no início desse parágrafo.

1.1 TURISMO

De acordo com Andrade (1992), “o turismo nasce de um conjunto de natureza heterogênea que impede a constituição de ciência autônoma e de técnicas específicas independentes. Não dispõe de ordenamento disciplinado e rígido, nem de metodologia própria”.

Para Hall (2001) na atualidade o turismo vem despontando como um importante setor de interesse acadêmico, governamental, industrial e público. Apesar de ser considerado por alguns como a maior área de atividade econômica do mundo, o turismo é importante não só pela dimensão que possui, quando se refere ao número de pessoas que viajam, de empregos que gera ou quanto custa ir para certo destino; mas decorrente do impacto que exerce na vida das pessoas e onde residem devido à forma pela qual ele é expressivamente influenciado pelo mundo que o rodeia.

O turismo envolve o movimento constante de pessoas que se deslocam de seu local de origem a um destino e vice-versa. No aporte de Dias (2003, p. 27) o deslocamento e a permanência das pessoas longe de seu local de moradia provocam profundas alterações econômicas, políticas, culturais, sociais e ambientais numa proporção que poucos fenômenos sociais conseguiram gerar ao longo da história da humanidade.

Este mesmo autor ainda afirma que a “atividade tornou-se, na atualidade, ao que se refere à economia, uma das maiores do planeta, superando setores tradicionais, tais como a indústria automobilística, eletrônica e a petrolífera”.

Por outro lado, o turismo é uma inter-relação complexa entre produção e serviços, em cuja formação integra-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações inter-culturais, gerando um fenômeno, cheio de objetividade/ subjetividade, consumido por milhões de pessoas e denominado “produto turístico” (MOESCH 2000).

A localidade receptora entende o turismo como uma “indústria”², cujo produto deverá ser consumido no próprio local, sendo considerado como intangível e sem possibilidade de estocagem. Exemplo: um leito de hotel não utilizado hoje, não tem como ser vendido amanhã por duas vezes para compensar.

Ao se referir ao fenômeno, Fuster *apud* Moesch, (2000) destaca que turismo é, de um lado, os turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa acarreta em decorrência de suas viagens. Turismo é todo equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transporte, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve capacitar, para receber as correntes. Turismo é o conjunto das organizações privadas e públicas que brotam, para promover a infra-estrutura e a ampliação do receptivo, as estratégias de marketing. Também são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras e no meio ambiente em que esta inserido.

² [...] o termo indústria é aplicado de forma incorreta ao turismo, pois este se situa no setor terciário da economia (setor de prestação de serviços), e não no setor secundário (industrial). (Trigo, 1998, p. 12).

O conceito de turismo mais usado internacionalmente é o da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2002): “Soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de sua residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais”. É um conceito simples para uma atividade de dimensões qualitativas e quantitativas complexas. Embora alguns, principalmente os leigos, vêem o turismo apenas como “a indústria de viagens de prazer”, trata-se de um fenômeno que avança para além das questões comerciais e econômicas.

Para Castro (2002) o turismo pode ser visto como um conjunto intrincado de relações. Como fenômeno social, possui a natureza pluridimensional que permite vários caminhos de acesso para diferentes arestas de estudos, e exige interdisciplinaridade para a compreensão. Como exemplo, as sociais, econômicas e ambientais. As relações sociais abrangem uma recíproca dependência entre residentes e visitantes. As econômicas fazem-se presentes no local para onde se dirige o deslocamento, abarcando transporte, hospedagem, aquisição de produto e souvenirs. As relações ambientais referem-se às dimensões culturais com o meio físico.

O Glossário de termos específicos de turismo e de hotelaria da Revista Turismo – Visão e Ação / Universidade do Vale do Itajaí. (2000) define turismo como: - É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações - compra e venda de serviços turísticos - efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites de área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita (EMBRATUR, 1992). Conjunto de relações e fenômenos produzidos pelo deslocamento e permanência de pessoas fora do lugar de domicílio, desde que tais deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa.

Barreto (1995) escreve que na década de 1970 surgiu uma nova linha de pensamento, a corrente de advertência que compartilham da opinião que o turismo causa inflação, produz fuga de capitais, traz desemprego, em virtude da sazonalidade, produz desenvolvimento desigual e dependência externa, polui, destrói, comercializa a cultura e a religião, ameaça à estrutura familiar e estimula a delinquência.

Já Moesch (2002) em seu artigo “turismo: virtudes e pecados” expõe que o segundo pecado se refere à dificuldade em conceituar o fenômeno, de maneira clara e explícita o que é o turismo, como ele se atrela com as demais ciências sociais, como se constituem as suas interfaces com outras atividades intrínsecas à sociedade, como se alinha ao método produtivo tradicional da economia, aos seus diferentes setores e aos fatores que a fomentam; e, finalmente, na extremidade de tal processo, configurar-se como um produto intangível, só consumível, na base da sua gênese. O que equivale afirmar que se trata de um produto intransportável, embasado na severidade de sua fixação localizante, quase um contra-senso, pois turismo é sempre relacionado com o fator mobilidade.

1.2 CICLO DE VIDA DOS DESTINOS TURÍSTICOS

O desenvolvimento da atividade turística numa determinada localidade pode ser representado no tempo por etapas com características próprias, designadas pelos ciclos de vida do turismo que se inicia por um crescimento exponencial nas primeiras fases, até atingir a saturação, seguido de um decréscimo acelerado ou buscando alternativas de exploração da atividade. Leva em torno de 20 anos para se completar (BISSOLI, 1999).

O conceito de ciclo de vida do destino turístico toma como referência o mesmo estabelecido pelo marketing de produtos, aplicando-se para a análise do crescimento e do declínio dos equipamentos turísticos e das regiões nas quais se localizam. O modelo de análise compreende as seguintes fases: exploração, investimentos, desenvolvimento e declínio ou rejuvenescimento (RUSCHMANN, 2000).

Ressalta-se que todo esse processo não ocorre formatado de maneira cíclica já descrita acima. O fenômeno turístico torna miscíveis essas fases, e só através do conhecimento, das ações e monitoramento da atividade, os gestores do turismo poderão maximizar os recursos e minimizar os impactos.

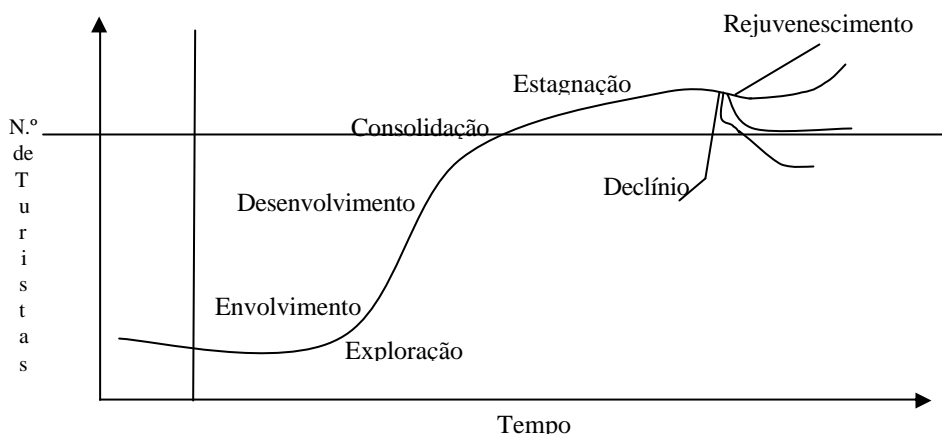


FIGURA 1 Ciclo de vida das destinações turísticas.

Fonte: R.W. Butler. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for Management (apud, Bissoli, 1999 p. 53).

1.3 ATRATIVOS TURISTICOS

Constitui o componente principal do produto turístico, pois determina a seleção, por parte do turista do local de destino de uma viagem onde gera uma corrente turística até a localidade. Podem ser naturais (paisagens, rios, cachoeiras), culturais (museus, festas tradicionais).

A EMBRATUR (1992) *apud* Ruschmann (2000, p.10) conceitua atrativo turístico como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico.

Para Cerro *apud* Ruschmann (2000, p.11) “[...] todo elemento material que tem capacidade própria, ou em combinação com outros, para atrair visitantes de uma determinada localidade ou zona”.

1.3.1 Pontos Turísticos

Há quem afirme que Bonito não é só o nome do município, é “adjetivo” em virtude de que ali existem incontáveis atrativos naturais e a paisagem possui grande valor cênico.

Dos inúmeros atrativos que o município oferece, buscou-se descrever alguns que pudessem representar a diversidade de produtos turísticos que oferece.

- *Gruta São Miguel*

As Grutas de São Miguel situa-se na Reserva Natural Parque Ecológico Vale Anhumas. O acesso às grutas é feito através de uma trilha pênsil com quase 200 metros de extensão pelo meio da mata virgem. Caso seja necessário, ou se o visitante assim o preferir, há um carro elétrico para conduzi-lo até a entrada da gruta.

O salão principal mostra uma considerável quantidade de [espeleotemas](#), formações calcárias antiqüíssimas e de uma variedade de formas impressionante.



FIGURA 2– Parte Interna da gruta de São Miguel
Foto de Daniel De Granville / 2005

Ao contrário de outras grutas da região, as Grutas de São Miguel, são cavidades naturais secas cujo processo de evolução se encerrou há muito tempo, o que se constitui em mais um atrativo, pois o visitante encontrará neste passeio alguns diferenciais como o mirante para apreciação da mata.



FIGURA 3: Mirante para apreciação da floresta
Foto: www.grutasaomiguel.com.br. Acesso em 21.08.2006.

- *Gruta do Lago Azul*

A Gruta do Lago Azul, uma das poucas cavidades no Brasil que possui um plano racional de exploração e manejo, recebe no máximo 225 pessoas por dia. Na entrada, há uma escadaria improvisada de pedras com mais de 290 degraus. As dimensões são incomuns, quase 50 metros de altura e 120 metros de largura. O contraste entre a cor branca das rochas calcárias e suas águas azuis, com os filetes de raio de sol, produz espetaculares efeitos coloridos.

Na água vive apenas um verme de cavernas e um camarão albino, conhecido como *poticoara*. O local é tombado pelo patrimônio histórico e acredita-se que o lago tenha cerca de 90 metros de profundidade e que seja alimentado por um rio subterrâneo ainda desconhecido.



FIGURA 4: Gruta do Lago Azul
Foto de Catia Arantes/2004

- *Aquário Natural*

Situado no Parque Ecológico Baía Bonita, inicia-se o passeio pelas trilhas que levam até a nascente, onde em meio a uma exuberante vegetação, em águas totalmente cristalinas, o visitante poderá flutuar num mundo aquático de rara beleza e conviver por algum tempo com seus exóticos habitantes: Piraputanga, Piau e Dourado, numa relação amistosa e tranquilizante. Continua-se a caminhada até o Rio Formosinho e posteriormente termina-se o passeio com mergulhos no Rio Formoso.

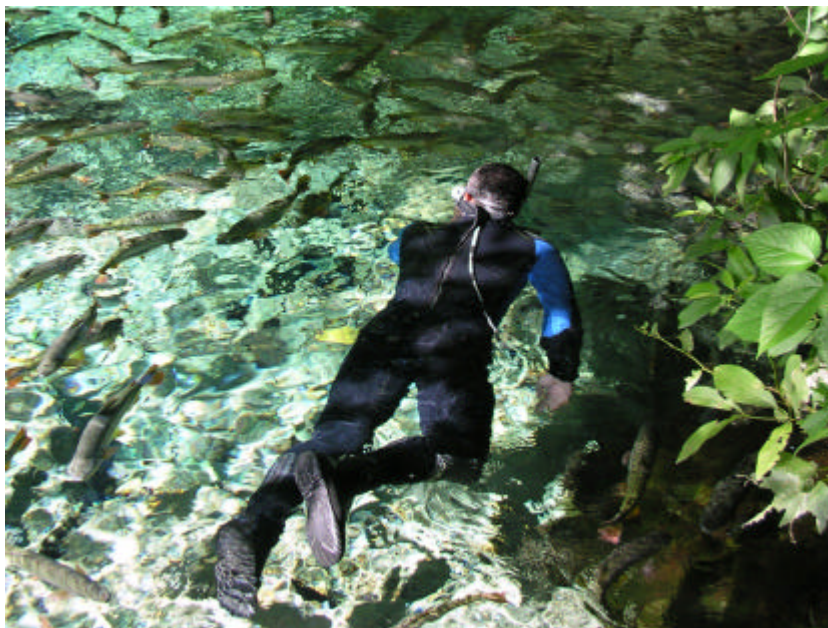


FIGURA 5 Flutuação no Aquário Natural
Foto de Kiko Azevedo / 2003

- *Rio Sucuri*

Num percurso de 2000 metros de água transparente, encontra-se uma rica fauna, flora subaquática e mata ciliar exuberante. Nas margens do rio Sucuri, pode-se deparar com variadas espécies de peixes, caramujinhos e uma densa vegetação.



FIGURA 6 Nascente rio Sucuri
Foto de Marcos Leonardo/2005

- *Passeio de Bote no Rio Formoso*

Descida de bote, num percurso de 8 km e pausa para um refrescante banho. Nos trechos de águas calmas, o turista pode admirar as paisagens nas matas ciliares do Rio Formoso. No final do passeio se pode desfrutar de várias cachoeiras, piscinas naturais e uma vasta área arborizada.



FIGURA 7 Passeio de bote Rio Formoso
Foto de Catia Arantes/2003

- *Monte Cristo Parque*

Fazenda com infra-estrutura de um balneário, com várias piscinas naturais, trilhas ecológicas, carretilha, cachoeiras. Nascente do Rio Formosinho, um dos mais limpos e cristalinos da região. Também possui campo de futebol de areia e quadras de vôlei.



FIGURA 8 Vista aérea do Balneário Monte Cristo
Foto: Kiko Azevedo/2003

- *Balneário Municipal (Rio Formoso)*

Mergulhos e lazer em rio de água limpa, campos de vôlei e lanchonete.



FIGURA 9 Balneário Municipal rio Formoso
Foto de Lauro Amaral Filho/ 2002

- *Ilha do Padre*

No meio do Rio Formoso, mergulhos e lazer em rio de água limpa, piscinas naturais, cachoeiras, lanchonetes e área arborizada. Estrados de madeira facilitam o acesso à água em diversos pontos.



FIGURA 10 Ilha do Padre

Fonte http://www.casadacultura.org/br/MS/Bonito/rios_paisagens.html acesso em 21.08.2006

- *Cachoeiras do Aquidaban*

Distante cerca de 50 km de Bonito e num total de onze cachoeiras, com cinco , oito, dez e a última com cento e vinte metros de altura, sendo esta uma das mais altas quedas da região, de onde se tem uma visão panorâmica da Serra da Bodoquena e da planície pré-pantaneira, um visual deslumbrante! Também se tem a visão de uma imensa área de cerrados e matas totalmente preservadas que pertencem à Reserva Indígena Kadiweu. Por ser uma área totalmente preservada, o visitante pode avistar alguns animais da região. Inclusive o Urubu-Rei, que está em extinção. O passeio tem um percurso de 1.800 metros de trilha ao longo do Rio Aquidaban, onde além do contato com a natureza, o visitante pode relaxar nas cristalinas águas das piscinas naturais. Ao final do passeio é servido um delicioso almoço regional.



FIGURA 11 Cachoeira do Aquidaban
Foto de Cátia Arantes/2003

- *Mergulho Autônomo*

Há várias opções de mergulho, para aqueles que possuem certificação. Veja alguns exemplos:

- Mergulho de Apreciação no Rio Sucuri.



FIGURA 12 Dourado no rio Sucuri
Foto de Marcos Leonardo 2005

- Mergulho de Profundidade na Lagoa Misteriosa.

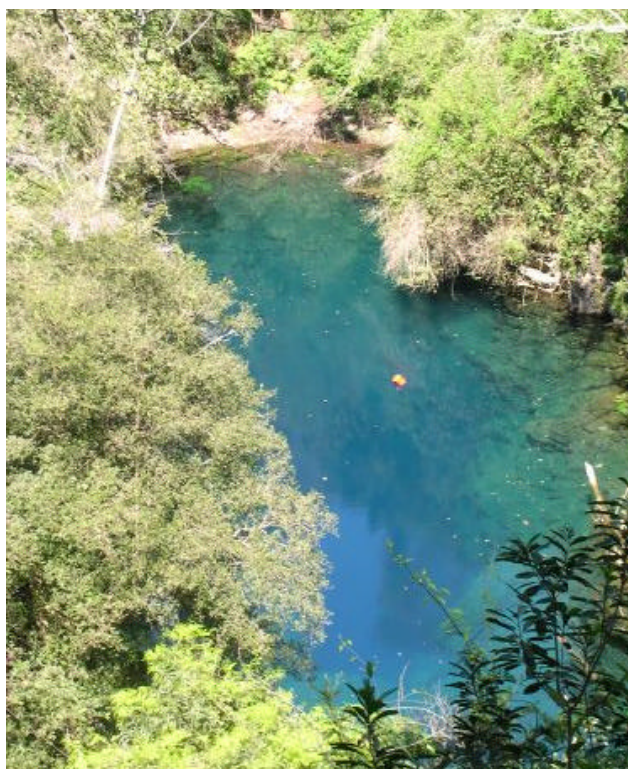


FIGURA 13 Lagoa Misteriosa
Foto de Catia Arantes 2003

É necessário credencial para mergulho e todos são acompanhados por um instrutor. Existem equipamentos disponíveis para locação: cilindro, roupa apropriada (de neoprene), regulador, colete equilibrador, nadadeiras, lastros e cinto. Máscara por conta do mergulhador.

- Bonito Aventura

Bonito Aventura é um atrativo turístico localizado em uma fazenda a 6 km da cidade de Bonito no meio da mata , com árvores centenárias, rica flora e fauna , entre os rios Formoso e Formosinho.



FIGURA 14 Receptivo do Bonito Aventura
Foto de Cátia Arantes/2003

1.4 TERRITÓRIO E GLOBALIDADE

A formação de um território³ que indiretamente gera uma realidade que busca a confraternização entre eles. Já a territorialidade pode ser encarada tanto como o que se

³ O território é fundamentalmente um espaço definido e delimitado por e a partir das relações de poder. (SOUZA, 1995, p.78) “o território é um campo de forças, uma teia ou rede de relações sociais que, a par de sua

encontra no território e de maneira subjetiva na sensibilização da população de fazer parte e integrar a ele (ANDRADE, 1996).

Cunha (2000, p.58) define território como:

O conceito de território definido a partir das relações de poder, domínio, controle e gestão próprias de territórios específicos, pode ser importante, para dar consistência teórico-metodológica à relação entre os conceitos de confiança e capital social e a concepção de desenvolvimento territorial, quando a preocupação é com a formulação e implementação de projetos, planos e políticas públicas que visam transformar e dinamizar determinadas comunidades.

Bozzano (2000, p.263) observa que, “o território não é a natureza e nem a sociedade, não é a articulação entre ambos; mas é a natureza, sociedade e articulação juntas” e complementa que a nova realidade do território é a interdependência universal dos lugares. Mas também se pode assegurar que as ações globais consolidam-se no lugar, a partir dele buscam um ponto comum; entendendo que seu estudo deva contemplar seu contexto e o entorno a que este faz parte, analisado inclusive através da globalidade.

Sendo assim, Maillat, (2002, p. 9) destaca que:

O fenômeno da globalização faz emergir o quadro local e o valoriza, pois é na escala local que as formas de organização produtiva ancoradas no território e inseridas na escala global são colocadas no lugar. Nessa perspectiva, o local subentende o global através de um processo de territorialização.

A construção de um sistema independente e integrado nas redes globais faz parte da tática de desenvolvimento, o estado não é excluído, nem os fatores econômicos como fundamentais do desenvolvimento, reforça-os na grandeza local, incluindo também a sociedades, em especial os movimentos populares. O local aparece com uma boa parcela de autonomia, mas engajado no sistema global e a aceção de desenvolvimento segue uma faceta mais abrangente, coligando as dimensões política, cultural, social e econômica (MOURA 2003).

complexidade interna, define, ao mesmo tempo, um limite, uma alteridade: a diferença entre ‘nós’ (o grupo, os membros da coletividade ou ‘comunidade’) e os ‘outros’ (os de fora, os estranhos)”. (SOUZA, 1995, p.86)

Segundo Eli da Veiga (2004, p 26):

O processo de aproveitamento das novas vantagens competitivas tem sido muito lento porque depende dos inúmeros e pouco conhecidos determinantes do “empreendedorismo”. A ênfase no caráter endógeno de tais determinantes - que está embutida no uso cada vez mais freqüente da noção de “capital social” - não deve, todavia, levar a pensar que possam ser menos importantes os determinantes exógenos que resultam da importância que o conjunto da sociedade dá ao patrimônio natural e cultural de seus espaços rurais.

A globalização fomenta transformações locais, pois a crescente inclusão necessária ao comércio planetário provoca alterações nas políticas governamentais como relata Eli da Veiga (2004, p. 26-29)

Fatores supranacionais - como a integração europeia ou, de forma mais ampla, a regionalização internacional e a “mundialização” ou “globalização” – têm provocado uma heterogênea evolução das políticas governamentais. A crescente exposição ao comércio internacional, ligada à aceleração do progresso tecnológico, exige mudanças estruturais que permitam remover obstáculos ao crescimento e ajudem a aproveitar novas oportunidades.

Sabe-se que as alterações estruturais demonstram relação entre os governantes e o território pois a pertinência de uma abordagem territorial, para a qual os quadros dirigentes estão, contudo, despreparados. Sendo que seu principal desafio é identificar ações que permitam ensejar o desenvolvimento de regiões menos dinâmicas e que suas respostas dependem de o porquê deste pouco dinamismo.

Para Eli da Veiga (2004) o uso do termo desenvolvimento territorial ou espacial procura substituir a clássica expressão “desenvolvimento regional”, pois permite uma referência simultânea ao desenvolvimento local, regional, nacional, e até continental (no caso da Europa). Mas essa retórica do “DT” também deve muito à evolução paralela dos debates da “economia industrial”, da “economia rural” e da “economia regional e urbana”. Nos últimos quinze anos houve nessas três disciplinas uma forte valorização da escala “local”, logo seguida (ou acompanhada) da necessidade óbvia e imperiosa de não isolá-la das escalas superiores que vão até a “global”. A retórica do “DT” é certamente melhor que a do “desenvolvimento local”, mas ambas estão longe de engendrar uma ‘teoria & prática’ que

venha, de fato, superar as divisões setoriais (primário, secundário e terciário) e também permitir um tratamento integrado da divisão espacial (urbano-rural).

A esfera local tem sentido a influência do processo de globalização, onde as relações sociais unidas por tecnologias de informação e comunicação que conseguem transmitir informações em tempo real, amoldando comportamentos e acontecimentos locais com fatos, que podem acontecer em qualquer parte do planeta. O que ocorre é que as comunidades estão arraigadas em uma rede de relações com distâncias geográficas diversas e espaço díspares e até, constituindo uma via direta entre o global e o local, ressalta-se que para se valorar e respeitar as diferenças culturais é imperioso pensar globalmente e agir localmente.

1.5 TERRITÓRIO E TURISMO

Com a globalização, a dependência dos povos no mundo surge como uma realidade, exacerbando a concorrência entre os territórios, levando a uma cobrança maior de qualidade na utilização dos recursos. Com o turismo não é diferente e essa inter-relação possui influência mútua que causam mudanças em padrões culturais, sócio-econômico e comportamental. Numa relação direta com os costumes e tradições das comunidades envolvidas com o novo, introduzido pelos visitantes, fator inerente a exploração do produto turístico. A melhoria da infra-estrutura que a atividade requer, contrasta com as necessidades que os residentes do local estão habituados, como por exemplo quando ocorre uma sobre carga na localidade no período de alta temporada. O que se percebe é que a capacitação profissional das pessoas envolvidas é a chave para que o desenvolvimento ocorra com equidade entre o homem e o meio ambiente.

Sabe-se que o impulso do turismo não pode se limitar apenas ao descrito abaixo, porém sabe-se que o esteio do meio da atividade está alicerçado na necessidade básica do homem de buscar novos lugares para a restituição de sua energia física e mental. Assim, está vinculado a demanda humana que procura estes ambientes para descansar, ter momentos de lazer, recreação, etc.

Ribeiro (2000, p.150), assinala que:

Sendo considerado um fenômeno social, o turismo tem no seu viés econômico uma forte conjugação de preservação –visitação à atividade [...] ou qualquer manifestação que congregue a capacidade de interação, lazer e curiosidade, típicas do turista deste final de século que, em muitos casos, está buscando um diferencial na sua visita, seja ela individual ou em grupo.

Por ser um fenômeno intrincado, vários setores inter-atuam para que o turismo possa ser explorado (operadoras, agências de viagens, hotéis, guias, infra-estrutura local, etc.), promovendo a geração de empregos e fomentado a economia local, motivando a inclusão social, por conseguinte necessitando de ordenamento para sua viabilização. MOESH **in** GASTAL (2002, p.98) evidencia que:

É mundialmente reconhecida a capacidade do turismo em revigorar as áreas adormecidas ou mortas para o bem estar social e a dinamização da economia. Através do turismo, inúmeros fatores que tradicionalmente carecem de maior significado no processo produtivo de bens e serviços passam a se revestir de importância. Isso porque o turismo utiliza áreas físicas nem sempre favoráveis à agricultura, em virtude da existência de obstáculos como pedreiras, cavernas, grutas, árvores centenárias, canyons, etc., dos quais se tira amplo proveito.

O turismo é uma atividade em expansão, que pode através de um planejamento específico, gerar empregos, melhorando a qualidade de vida, promovendo a inclusão social e a integração dos povos através da troca de experiências, fonte primária do Desenvolvimento Local, onde busca não apenas prover suas carências materiais, mas a identificação e a ascensão das qualidades, capacidades e competências existentes na comunidade e no local.

Vale citar que, a exploração descontrolada dos atrativos, provoca a deterioração do meio ambiente e em decorrência, decresce a demanda do turismo e, inevitavelmente desvalorização do sítio receptor impactado.

De acordo com Carmo (apud Luchiari 1997, p.71):

Esse processo de destruição do meio ambiente destrói também a lógica do funcionamento e da expansão do turismo. Este, como atividade subordinada ao capital, gera os mesmos problemas espaciais, ambientais, sócio-econômicos do desenvolvimento urbano clássico, apenas com algumas peculiaridades.

A promoção de atividades sem ordenamento dos recursos ambientais e turísticos, para a satisfação humana, acarreta o desequilíbrio do ecossistema, podendo exauri-lo num curto período, dificultando, ou até mesmo, tornando impraticável a exploração do meio ambiente. Aulicino (1999, p. 29) relata que:

A ação do homem, entretanto, na expansão das diversas atividades econômicas que satisfazem suas necessidades, cada vez mais crescentes e variadas, levam-no, muitas vezes a transformar irracionalmente o meio ambiente, tornando mais complexas e custosas as possibilidades de reestruturação do equilíbrio ecológico.

Há que se planejar, buscar alternativas para que o território, objeto desse estudo, seja conservado em sua cultura, respeitando seus costumes e meio ambiente ocorrendo o desenvolvimento de forma indutiva e equilibrada. Caso contrario é o que comumente acontece e que nem sempre o planejamento pode respeitar os costumes locais e podem ser até reprováveis.

Para o processo de gestão do turismo, é fundamental que este entendimento da mudança ocorrida na sociedade em função da globalização seja trabalhado, buscando-se alternativas que venham facilitar o crescimento da economia, a sustentabilidade dos ecossistemas e a preservação da cultura e história das localidades. É importante destacar que as alterações sofridas nos últimos anos nos destinos turísticos, influenciaram uma crescente demanda de atores em movimentos sociais, na busca de melhores condições de vida. Se por um lado houve o fortalecimento das indústrias com o desenvolvimento da tecnologia, os processos logísticos se ampliaram e o crescimento da produção se deu de forma mais dinâmica, o setor de serviços sofreu com a substituição da mão de obra pela mecanização, com a padronização de alguns serviços, e, muitas vezes, com a descaracterização cultural.

Neste contexto da pós-modernidade e, mais especificamente, sob a esfera das alterações que a globalização provoca na sociedade, vêm a cada dia modificando seus padrões éticos e estruturais. As questões éticas na maioria das vezes envolvem conflitos de interesses, ausência de honestidade e equidade, má comunicação e problemas de relacionamentos (quando em empresas).

Segundo Fennell, (2002, p. 236):

A presença ou ausência de um comportamento ético aceitável nos locais de turismo é mais uma consequência de como os turistas, as operadoras e a população local agem e se sentem uns em relação aos outros e em relação ao recurso de base. Entre os pesquisadores há uma opinião geral de que se deve instaurar um equilíbrio entre os diversos participantes da indústria do turismo para garantir que a boa vontade de alguns,[...] turista e população local, não seja sufocada pela desconfiança de outros participantes [...] como o governo ou a indústria do turismo.

Diante do quadro de pobreza, dos sérios problemas em que se vive no Brasil, no que tange a educação, saúde e emprego, além da violência e das ações que destroem os ecossistemas, é bastante salutar que as organizações assumam o seu papel social e contribuam eficazmente para o desenvolvimento local e com a melhoria da qualidade de vida no planeta. E que através deste movimento e do exemplo dos seus líderes, estas ações possam contribuir para instaurar a ética no relacionamento humano e nos negócios. O turismo cria um marco de referência para o desenvolvimento responsável e sustentável no novo milênio.

1.6 TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

A exploração turística está inteiramente ligada ao Desenvolvimento Local no que diz respeito ao emprego das potencialidades, sejam elas sociais, ambientais e da utilização da mão de obra da comunidade, na afinidade desta com o ambiente, interagindo-a e retomando a iniciativa e a autonomia na busca da melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos, com perspectivas de resgatar e valorizar o saber do local, respeitando os costumes e as maneiras de arranjo da comunidade, possibilitando que cada um se sinta como fator imprescindível para a consolidação do plano de desenvolvimento. Baseado em Verhelst

(1992) o desenvolvimento adequado não pode ser fotografado, pois ele ocorre, antes de tudo, no coração e no espírito das pessoas.

O turismo é uma atividade que pode valorizar a participação da comunidade e os recursos naturais a que está inserido. Se bem planejado, os envolvidos se sentem mais responsáveis e investem em sua localidade, quando sabem que existe o potencial para se tornar um pólo turístico.

Para Martins (2002) o turismo na esfera do desenvolvimento local não deve ser apenas visto como uma atividade econômica para a qual se busca o caráter sustentável, a não ser que se observe este processo exclusivamente como estratégia de geração de emprego e renda. Na medida em que o turismo se funde na relação entre pessoas e não apenas entre estas e os lugares, sua maior contribuição poderá ser resgate e o fortalecimento da identidade cultural, da consciência humanística e não apenas ecológica e de uma formação / visão integrada e conectiva da realidade sócio-espacial. O festival de Parintins/AM é um bom exemplo disso, que aliado a gastronomia local e suas características peculiares promove a valorização dos costumes gerando emprego, renda e lazer.

O fenômeno turístico, quando bem planejado, através da união e geração de planos de ações dos governos, empresários dos diferentes setores da atividade do turismo e populações envolvidos, torna-se uma respeitável fonte de recursos para a localidade, inserindo a comunidade local e seu entorno, além de trazer consigo consideráveis benefícios para o espaço como: geração de emprego, aumento da renda do local e comunidade, incentivos para uma melhor infra-estrutura e diversificação da economia.

Martins (2002) destaca que o turismo é reconhecidamente rentável, mas também pode ser fonte de inúmeros impactos sociais, culturais e não apenas ambientais. A rigor, não há como se evitar os impactos do turismo sobre o ambiente ou sobre a comunidade de destino, por mais simples ou rústico que seja.

As diferentes atividades turísticas aliadas à diversidade natural e cultural são condições básicas para um modelo de desenvolvimento limpo em Bonito, que devem ser

planejadas de forma que não comprometam o meio ambiente, não alterem a paisagem, a hidrografia, a topografia e os recursos da fauna e da flora, bem como os valores intrínsecos à sua comunidade.

Ross (2001) analisa a evolução do crescimento turístico comparando-a com a inter-relação social. Apesar de serem duas situações contrastantes podem evoluir a partir do crescimento do turismo, representando coordenadas relativas a um continuum de interação social. Num dos extremos, as mudanças sociais relacionadas ao turismo podem levar ao desenvolvimento, representado por avanços socioeconômicos na comunidade, melhoria do padrão de vida e um enriquecimento geral, tanto social quanto cultural, na vida de uma cidade, levando a percepções de prosperidade social e econômica. No outro extremo, as mudanças podem levar à dependência, representada por um crescimento econômico que deixa a estrutura social subdesenvolvida ou reforça e intensifica injustiças sociais existentes.

As atividades turísticas estão despontando como importantes agentes reorganizadores de espaços, impondo movimentos de análise de um processo que tem, certamente, repercussões consideráveis. De maneira geral, o turismo tem sido entendido como a solução mágica para resolver problemas, notadamente, os econômicos. Entretanto deve-se ressaltar que pela ótica ambiental, não tem demonstrado um movimento totalmente satisfatório. Pelo contrário, vem colaborando, para o aumento do processo de degradação sócio ambiental. Como destaca Queiroz (2001), a grande questão é ao do modelo de desenvolvimento vigente que se baseia numa forte depleção dos recursos naturais considerados infinitos, em sistemas industriais muito poluentes e na exploração de uma mão de obra desqualificada e barata.

No local estudado o turismo é considerado a área econômica com tendência à expansão e ao que tudo indica atividade ali desenvolvida já apresenta sinais de massificação, evidenciando impactos sócio-ambientais significativos (QUEIROZ, 2001).

Para a mesma autora (2001), “Embora se perceba um certo planejamento da atividade turística em toda a área do município, observamos um exagero de fluxos de excursionistas desrespeitando a capacidade de carga dos ecossistemas visitados”.

Uma das bases para que o turismo ocorra com parâmetros ecologicamente corretos, socialmente justo, economicamente viável e auto-sustentável na região é que estudiosos, pesquisadores e formadores de opiniões enfoquem em seus estudos e pesquisas a quantificação, a qualificação e o fomento de atividades inerentes do turismo e portanto a serem ali exploradas de maneira eticamente aceitáveis.

1.7 TURISMO NA SERRA DA BODOQUENA

O Mato Grosso do Sul tem atrelado o turismo às questões de caráter ambiental, pois contém dentro de seus limites territoriais o Pantanal e sua área de entorno. Várias localidades do estado têm se tornado “abrigo” para as pessoas que buscam a convivência com a natureza. Segundo Ruschmann (1997), a relação com a natureza é, atualmente, uma das maiores motivações da viagem de lazer. Mas, a autora assegura ainda que um crescimento desordenado investe contra e descaracteriza o meio natural e urbano, isto faz com que os turistas busquem outros locais nas quais a singularidade das paisagens e a autenticidade das tradições culturais ainda não foram afetadas pela exploração da atividade.

No aporte de Yazigi (2001) atualmente, até cidadãos comuns já observaram que muitos lugares no planeta estão ficando com a mesma cara, não só em razão da consciência da globalização, mas já antes (sem que dela se falasse) pela força da evolução de tecnologias e modismos, que eram etapas do mesmo processo. Nas cidades brasileiras isto foi banalizado porque as tradições são bem tênues. A paisagem e o homem necessitam apertar de forma real a sua relação, os dois evoluem e se dignificam conjuntamente, um não existe sem o outro, pois ambos se completam e não existe maneira de separá-los, são partes integrantes de um todo. O homem precisa reaprender a viver pacificamente com o meio natural, pois da maneira que está ocorrendo, ele está exaurindo os recursos naturais do planeta fundamental para sua existência.

A Serra da Bodoquena⁴ esta situada na 9ª micro região geográfica do estado de Mato Grosso do Sul, abrangendo os municípios de Bodoquena, Bonito, Guia Lopes da

⁴ A paisagem atípica encontrada em Bonito se estende por uma região maior, delimitada pelo Planalto da Bodoquena ou Serra da Bodoquena, como é popularmente conhecida. Não se trata de uma serra, e sim de um planalto com escarpa voltada para o Pantanal, a oeste. (SOUZA, 1999, p. 11).

Laguna, Jardim e Porto Murtinho. É nessa região que o turismo vem se expandindo, sendo considerado o segundo pólo turístico do estado, só perdendo, em número, para o Pantanal.

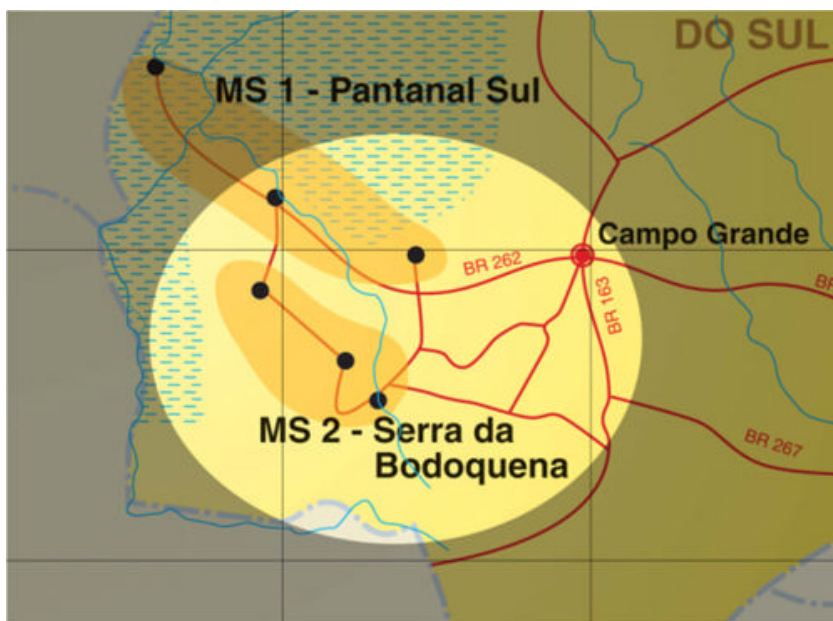


FIGURA 15 Mapa da Serra da Bodoquena
Fonte: Kiko Arantes/2006

Os atrativos turísticos⁵ ali existentes merecem tratamento diferenciado decorrente de sua fragilidade. Nas grutas da região ocorre intensa atividade microbiana, na qual o fomento da atividade de forma desordenada e sem planejamento, compromete todo o ecossistema.

Para Sabino (2001) os estudos mostram que é possível explorar a região sem destruí-la. Mas a área não está livre de agressões ambientais. O turismo se não for controlado, pode levar a uma rápida degradação dos frágeis ecossistemas locais.

Portanto, é preciso rever os conceitos de planejamento e trabalhar de maneira integrada e sistêmica de forma a se adequar à complexidade dos ambientes, com potenciais de desenvolvimento turístico, tanto por parte de quem produz como também de quem consome.

Na atualidade existem profissionais, de diferentes searas, que estão trabalhando para uma maior sensibilização e melhor qualificação das pessoas abarcadas com a atividade

⁵ Atrativo turístico é o elemento que motiva a visita turística; pode ser natural (paisagens, rios, cachoeiras, etc.) ou cultural (museus, festas tradicionais, construções de valor artístico ou histórico, etc.). (RUSCHMANN 2000).

turística na região, aperfeiçoando o capital físico-econômico e humano. Na busca de uma participação mais ativa da população envolvida.

No relato de Mariani (2001) sobre a visão da maioria, a participação é uma falácia, pois considera o povo sem preparo intelectual e, portanto, incapaz de compartilhar a gerência de uma atividade tão complexa como o turismo. Para outros é uma maneira politicamente correta ou um pormenor técnico que deve ser cumprido através de um cronograma. Porém, se bem empregada, a participação social é a única chance que tem um plano de turismo de manter sua legitimidade e exigüidade.

O que se pode perceber é que possui estreita ligação com o pensamento de Abu-el-Haj (1999) quando narra que o fomento do capital físico-econômico e do capital humano é alcançado na medida em que as relações de confiança e reciprocidade aumentam. Em outras palavras, em duas ou mais comunidades em que o nível educacional das pessoas e os recursos materiais oferecidos são constantes, o que distingue o desempenho de seus membros é a confiança estabelecida, que permite mobilização coletiva e maximização dos recursos individuais existentes. A capacidade de ação é ampliada em situações em que a confiança permeia uma coletividade (ou associação), facilitando o uso de recursos sócio-econômicos e humanos disponíveis.

A exploração do turismo precisa ser planejada, pois está intrinsecamente ligada às políticas públicas, à iniciativa privada e ou à parceria de ambas, e é obrigação de seus gestores contemplar no planejamento, interesses variados e ações conflitantes para ser reconhecido como área social, sobretudo, apresentar na gestão territorial, o alicerce de ações e na educação ambiental - dos turistas, do *trade*⁶ e da comunidade - a garantia para as gerações posteriores, da “imagem” (representação mental e sensorial) deste lugar, gerando inclusão e destacando o capital humano e o capital social (MENEZES, 2004).

⁶ É um conjunto de agentes, operadores, hoteleiros, transportadores e prestadores de serviços turísticos; utilizado também como sinônimo de mercado ou de setor empresarial. (RUSCHMANN, 2000)

2 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Este capítulo contemplará a descrição do objeto de estudo, considerando os aspectos históricos, geográfico e social do Planalto da Bodoquena, enfocando o município de Bonito e suas peculiaridades em potencialidades turísticas.

2.1 SERRA DA BODOQUENA: LEVANTAMENTO HISTÓRICO, GEOGRÁFICO E SOCIAL.

De relevado valor para o desenvolvimento local, o lugar “é o quadro de uma referência pragmática ao mundo [...], mas, é também teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, através da ação comunicativa por meio das mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade” (SANTOS, 1997, p. 258). A partir do lugar pode-se ter um ponto comum; desta forma não se consegue entendê-lo estudando apenas, mas deve-se analisar o contexto, o entorno a que este faz parte.

2.2 O PLANALTO DA BODOQUENA

O Planalto da Bodoquena insere-se adequadamente nas novas tendências da demanda turística global, especialmente entre os segmentos mais qualificados e motivados culturalmente, fator este que supõe um maior grau de sensibilização e respeito por valores locais como a conservação de seu patrimônio, sua história, sua cultura, etc, fundamentais para que se explore racionalmente o ecossistema. Com condições naturais adequadas para a atividade do turismo, geografia favorável, história rica em sua formação cultural e social, pretende-se aqui apresentar aspectos que fornecerão subsídios para se empreender e conhecer uma das regiões com grande apelo de consumo turístico do país, aliando exploração de

recursos naturais com o fortalecimento das potencialidades socioeconômicas do lugar. (MARIANI, 2001).

2.2.1 Histórico da Região

Servindo de palco para a disputa de terras entre Espanha e Portugal, no início do período colonial, a porção ocidental do estado de Mato Grosso do Sul era habitada por índios guaicurús, caçadores e coletores, hoje representados pelos Cadiueus⁷ (CAMPESTRINI, 1995).

A Espanha, embora tenha desbravado a América do Sul, em um curto período de tempo, foi o suficiente para dizimar importantes civilizações como o império Asteca (no México) e os Incas (Peru) que já estavam dominados em 1531. (CAMPESTRINI, 1995).

Em 1542, a região tornou-se conhecida através do desbravamento realizado pela expedição liderada por Cabeza de Vaca que se embrenhou no Paraguai, nos chacos e, por fim, no Pantanal. O *Peabiru*, cujo significado é grande trilha, caminho aberto e utilizado pelos índios tupi-guaranis, conhecida pelo homem branco como Estrada Selvagem, foi muito utilizada pelos Bandeirantes. Iniciava-se em São Vicente, no litoral paulista, atravessava o sul do Planalto da Bodoquena e encerrava-se na região do rico império Inca (BEHR, 2001).

Os jesuítas fixaram-se por um período na região em busca da catequizar os índios, porém tiveram que abandonar o território por pressão da metrópole em consequência de terem monopolizado a mão de obra indígena, perdendo assim o apoio dos colonos espanhóis e autoridades. (CAMPESTRINI, 1995).

A região do Planalto da Bodoquena foi um ponto estratégico desde o séc. XVI, pois ligava o estuário do Prata aos Andes, mais tarde fez parte da rota obrigatória para os Bandeirantes que rumavam ao lugar legendário denominado Serra da Prata, onde estaria localizada "*Potosi*", montanha de cerca de 600 metros, quase que de prata pura. (BEHR, 2001).

⁷ Cadiueu: *Bras.S. 1*.Indivíduo dos cadiueus, tribo indígena guaicuru do sul de MS.(FERREIRA, 1986, p.310)

Ressalta-se aqui, a importância da utilização dos rios sul-mato-grossenses como as rotas fluviais que rumavam para o norte em busca de ouro, o qual foi descoberto em Cuiabá (1718), decorrendo deste fato a criação da Capitania de Mato Grosso, 30 anos depois, sendo que o primeiro núcleo habitacional foi fundado em 1719 na Fazenda Camapuã. (CAMPESTRINI & GUIMARÃES, 1995).

Por muito tempo, o Planalto da Bodoquena, foi apenas o caminho para as minas, sem necessidade de fixação, só com o governador Luís de Albuquerque, que administrou a Capitania de Mato Grosso entre 1772 a 1789, iniciou povoados e fortificou a região com a construção, em Corumbá, do Forte Coimbra. (CAMPESTRINI, 1995, p. 24).

Em 1797, os espanhóis se apressavam em fixar território pela região, levando os portugueses e brasileiros a edificarem o Forte-presídio de Miranda, às margens do rio que lhe valeu o nome. Em curto espaço de tempo, nasceu um povoado a seu redor que deu origem a cidade de Miranda, atualmente com cerca de 40 mil habitantes e é uma das portas de entrada para o Planalto da Bodoquena e Pantanal. (CAMPESTRINI, 1995).

Com o ouro se escasseando em Cuiabá, a população se deslocou para o sul, iniciando na região a cultura da erva mate e o ciclo da pecuária, que perdura até os dias atuais. A efetivação da ocupação sul-mato-grossense ocorreu com a migração de paulistas, mineiros e mais recentemente de gaúchos. (VARGAS, 2001).

Independentes da Espanha, o Paraguai e a Bolívia reivindicaram a região ocupada por brasileiros e a partir da segunda metade do século XIX, acirraram-se os conflitos por terras e limites fronteiriços entre os dois países. (CAMPESTRINI, 1995).

Neste período o Paraguai invadiu o Brasil em represália à intervenção brasileira na guerra civil do Uruguai. A Guerra com o Paraguai (1864-1870), segundo diferentes historiadores, foi a maior intervenção brasileira em terras estrangeiras e o mais sangrento conflito da América do Sul e uma das maiores barbáries da humanidade. Esta desavença foi um divisor dentro da evolução econômica e histórica de Mato Grosso do Sul, em especial na região estudada. (VARGAS, 2001).

Com a liberação das vias fluviais para a navegação através do Rio Paraguai, facilitando o ingresso do capital estrangeiro, ocasião em que o porto de Corumbá tornou-se o mais importante da América Platina e com o advento da estrada de ferro, Mato Grosso tornou-se o corredor de exportação do sudeste. Grandes programas agrícolas buscam desenvolver a atividade no centro-oeste. Entre 1950 e 1970 a atividade mais importante foi à pecuária, contudo a migração de sulistas introduziu a cultura cafeeira nas terras férteis, entretanto, foram prejudicadas com as geadas que ocorreram neste período (BEHR, 2001).

A divisão do estado de Mato Grosso em 1977 e a criação do estado de Mato Grosso do Sul e já na década de 1980, migrantes do sul do Brasil e empresários paulistas, incrementaram as lavouras de arroz, milho e soja, esta última segue a tendência do consumo mundial e continua crescendo a cada dia, sobretudo nas áreas de entorno do pantanal, ou seja, nos planaltos que o circundam (BEHR, 2001).

2.2.2 Histórico do turismo da região

O turismo é hoje uma atividade em plena expansão, fazendo parte do setor terciário da economia. A prestação de serviços vem sendo considerada uma das bases da economia do século XXI, gerando empregos, fixando o homem na terra, preservando sua identidade cultural e melhorando sua qualidade de vida, ponto primordial do desenvolvimento local (MENEZES, 2004)

Sabendo da fragilidade dos seus atrativos, a população da região buscou, desde os primórdios da década de 1990, respaldada nos reflexos da ECO 92, soluções para minimizar os impactos inerentes da exploração turística. Afirma Behr (2001, p. 28)

[...] A realização no Brasil da Eco 92 e a evidência da questão ambiental, criaram nesta época, um cenário favorável à institucionalização de procedimentos disciplinadores. Foi este período as primeiras experiências com vista à fixação de limites para o número de visitantes em alguns passeios.[...] Esta iniciativa, entretanto, não foi suficiente para impedir atos predatórios, especialmente nas grutas.[...] Todo este processo provocou um crescimento acelerado da atividade turística na Serra da Bodoquena.

A evidente fragilidade do ecossistema do Planalto da Bodoquena é percebida no turismo descontrolado e sem monitoramento, realizado em algumas áreas do lugar, quando danos ambientais tornam-se irreparáveis como o raleamento da mata ciliar, destruindo assim, a biodiversidade. Exemplo disto é o que vem acontecendo com alguns balneários da região (Balneário do Seu Adaauto no município de Bodoquena e a interdição de parte do Balneário Municipal de Bonito) (MENEZES, 2002).



FIGURA 16 – Área do Balneário interdita

Foto de Lauro Amaral Filho//2002

O aspecto do relevo cárstico, aliado as porções de mata ainda preservada, torna o Planalto da Bodoquena uma paisagem singular e de excepcional beleza, sendo muito procurada para a prática de atividades ligadas ao ecoturismo. Os atrativos naturais presentes no mesmo merecem tratamento diferenciado, dado à sua fragilidade. As cavidades naturais subterrâneas constituem ambientes únicos, onde ocorrem espécies endêmicas. Nas grutas da região ocorre intensa atividade microbiana na qual o fomento da atividade turística de forma desordenada e sem planejamento, compromete todo o ecossistema. (SOUZA, 1999)

Na atualidade, o turismo na região está comedido organizado, porém observa-se que a falta de integração entre as partes envolvidas é que emperram o desenvolvimento da atividade decorrente da ausência de sensibilização, tanto da população local quanto do poder público. Na região estudada, cada vez mais, o turismo se consolida, um número considerável de empreendimentos surgem a cada dia, são meios de hospedagem, que

vão de uma simples pousada à mega hotéis, proprietários de atrativos naturais preparam seu produto e os colocam no mercado (MENEZES, 2002).

2.3 ECONOMIA

Um dos fatores que embasam o desenvolvimento local é o setor da economia aliado ao do sócio-ambiental, pois se relacionam com o bem estar, condições de ocupação e sobrevivência do lugar (MENEZES, 2004).

Na época presente a economia desenvolve-se seguindo o caminho tradicional, ou seja, as fazendas são latifúndios, explorando a monocultura e a pecuária extensiva, porém, o Mercado Comum do Cone Sul (MERCOSUL) aliado ao setor terciário da economia (prestação de serviços) influência sobremaneira a economia atual na região, absorvendo a mão de obra local (VARGAS, 2001).

2.4 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

O Planalto da Bodoquena é praticamente todo constituído por rochas carbonáticas muito puras, que se originam por deposição no fundo de um antigo oceano que ali teria se formado há 550 milhões de anos. Assim, Souza (1999, p. 15) apresenta as seguintes considerações “Os calcários expostos no Planalto da Bodoquena tiveram origem entre 550 e 570 milhões de anos, durante o período Pré - Cambriano, quando ali se abriu um oceano. Durante a formação deste oceano não existia a Cadeia dos Andes e muito menos o Pantanal, cuja origem teria ocorrido há 60 milhões de anos”.

O Planalto da Bodoquena constitui feição de relevo carste⁸ localizada na porção centro-sul do Estado de Mato Grosso do Sul, na borda do Pantanal do Nabileque, onde se localizam os municípios de Bodoquena, Bonito e parte de Jardim, Guia Lopes, Porto Murtinho e Miranda. Esta unidade geomorfológica é sustentada por rochas carbonáticas do Grupo Corumbá de idade pré-cambriana, e apresenta forma alongada, na direção norte-sul,

⁸ A palavra carste é a adaptação para a língua portuguesa do termo *karst*, o qual, por sua vez, é originário da antiga palavra europeia *karra*, que significa pedra e empregada pelos habitantes da Eslovênia, na fronteira com a Itália, onde a presença de rocha calcária deu origem a um relevo caracterizado por rochas expostas com inúmeras feições de dissolução (SOUZA, 1999, p.15)

com 200 km de comprimento e largura variando de 10 a 70 Km. Inclinado para leste, tem em sua borda oeste, escarpa de 200 m de desnível, voltada para o Pantanal. No centro há um amontoado rochoso onde se encontram as maiores altitudes da região que atingem por volta de 750 m. Neste maciço⁹, denominado Maciço do Rio Perdido, as rochas são aflorantes, com densa floresta ainda preservada. Para leste, as altitudes diminuem gradativamente até onde o planalto se limita com a planície do Rio Miranda com altitude variando entre 200 e 300m (BOGGIANI, 1999).



FIGURA 17 – Área de localização do planalto da Bodoquena.(2004)
Fonte: Kiko Azevedo (2004)

As rochas presentes no substrato rochoso são solúveis e dão origem a inúmeras cavernas, dolinas e demais feições de relevo cárstico. Os rios que drenam o planalto nascem em rochas carbonáticas muito puras, resultam em águas límpidas e bicarbonatadas, o que proporciona os depósitos carbonáticos fluviais denominados tufas calcárias

⁹ S. m. [...] 7. Grande massa, corpo, ou conjunto: um maciço de relva. 8. Arvoredo ou mata fechada, sem clareiras. 9. Conjunto de montanhas grupadas em volta de um ponto culminante. (FERREIRA, 1986, p.1059).

(BOGGIANI, **In** SOUZA, 1999). Estas tufas calcárias têm o crescimento relacionado ao desenvolvimento de musgos e algas microscópicas, dando origem a formações de grande valor cênico. São depósitos carbonáticos muito frágeis (Figura 18), diretamente dependentes das condições de qualidade das águas e intensamente procurados como atrativos turísticos.



FIGURA 18 Cachoeira do Córrego Seco
Foto de Catia Arantes / 2003

2.5 BONITO – UM MUNICÍPIO NATURAL

O município de Bonito é o verdadeiro “portão de entrada” da exuberante região da Serra da Bodoquena. A sede do município é uma cidade pacata (Figura 19), porém seus arredores escondem grutas, córregos e rios de águas transparentes, morrarias e penhascos com excelentes oportunidades de agregar valor econômico aos moradores do local, através do incremento da atividade turística de maneira racionalizada, gerando renda e melhorando a qualidade de vida de todos os envolvidos (MENEZES, 2002).



FIGURA 19 – O cotidiano da cidade de Bonito
Foto de Kiko Azevedo/2003

2.5.1 Histórico

Bonito tem sua origem na história da formação do município de Miranda, ligada à expansão espanhola do século XVI no vale do rio Paraguai, como ponto de apoio às expedições que pretendiam alcançar as minas do Peru. Em 1580, Ruy Dias Melgarejo funda a primeira cidade de Santiago de Xerez, às margens do rio Mbotetei (rio Miranda). Após vários conflitos com os nativos que habitavam a região, o povoado desloca-se para as margens do rio Mondego (Aquidauana), permanecendo apenas algumas famílias que conviviam pacificamente com os indígenas. Esse relacionamento amistoso facilitou a implantação da Missão Itatim, alvo constante de ataques de bandeirantes paulistas e colonos espanhóis que pretendiam aprisionar os índios e mestiços aldeados para escravizá-los. (VARGAS, 2001)

Durante a Guerra contra o Paraguai vários colonos e fazendeiros ajudaram no abrigo e condução das tropas até a região de fronteira. Também os índios Guaicurús participaram dos combates. Como relata Vargas (2001, p.131) “Essa região também foi palco durante o período de 1864- 1870, da guerra contra o Paraguai. A população, assim como os guaicurús, participaram do confronto ao lado das tropas chamadas Tríplice Aliança.”

A Fazenda Rincão Bonito, de propriedade do Sr. Euzébio, foi adquirida pelo Capitão Luiz da Costa Leite Falcão, que chegara na região em 1869, com a missão de expulsar os índios, sendo considerado seu primeiro desbravador. O Capitão Falcão foi o primeiro escrivão e tabelião do lugar, facilitando a fixação dos primeiros moradores da vila. Em 11 de junho de 1.915, a vila Rincão Bonito é elevada a Distrito de Paz de Bonito, desmembrando-se a área do município de Miranda, mas com subordinação administrativa. Foi elevado à condição de município somente em 02 de outubro de 1.948 (VARGAS, 2001).

2.5.2 Aspectos Geográficos

Bonito possui uma área de 4.934 Km², limitando-se ao norte e nordeste com os municípios de Bodoquena e Anastácio, respectivamente; a leste Nioaque; a sudeste Guia Lopes da Laguna; ao Sul Jardim; a sudoeste e oeste Porto Murtinho, localizando-se a 330 km de Campo Grande. As coordenadas geográficas do município são: Latitude Sul 21° 07' 16'' e Longitude Oeste 56° 28' 55'' (Prefeitura Municipal, 2004).

O clima do município é tropical úmido, com temperatura média anual de 22° C e precipitação pluviométrica anual variando em torno de 1.500 milímetros, tendo um período seco de três a quatro meses por ano, com temperatura bastante baixa. (VARGAS, 2001)



FIGURA 20 Amanhecer de Bonito no inverno
Foto de Kiko Azevedo/2003

O seu relevo pode ser dividido em dois, ou seja, no Planalto da Bodoquena (Figura 21), que tem características relacionadas às litologias calcárias, e a depressão do rio Miranda que apresenta uma superfície mais baixa. (VARGAS, 2001, p.133).



FIGURA 21 Paisagem típica da região de Bonito com a Serra da Bodoquena
Foto de Kiko Azevedo/2004

Em função de uma reordenação do espaço geográfico, Bonito foi incentivado através de financiamentos para o plantio de cafezais no início dos anos de 1970. A colheita não foi como o esperado o que ocasionou a imediata substituição da cultura do café por pastagens, realizando, assim, a cria e engorda de bovinos. Segundo Vargas (2001, p.139): “Bonito, em 1996, reunia mais de 300 mil cabeças de gado, sendo que em 1970 o efetivo bovino não chegava a 60 mil”.

A modernização agrícola dos anos 1960 fez com que aparecessem sérios problemas relacionados ao ambiente natural, como o desmatamento, a queimada e a matança de animais silvestres (VARGAS, 2001).

Atualmente, parte da economia do município de Bonito baseia-se no turismo, que vem despontando como uma atividade sustentável e promissora para toda a comunidade local,

quer seja de forma direta – hotéis, agências, restaurantes – ou indireta – farmácia, loja de sapatos, etc.

2.5.3 Aspectos Sociais¹⁰

A população do município é de 17.391 e a urbana é de 12.928, o que corresponde à cerca de 74,3%, onde se pode perceber através de estudos anteriores que este percentual sofreu pouca alteração, pois pelos dados disponibilizados a população urbana de Bonito correspondia a 73,2% de seu total e é constituída de descendentes de índios, paraguaios e os imigrantes que colonizaram a região (gaúchos, mineiros e paulistas). A população está distribuída em 3,43 habitantes por Km² (IBGE, 2004).

Bonito não possui tratamento de água, a disponibilizada para a população é oriunda de fontes subterrâneas, retirada através de poços, possui uma rede de distribuição de água de 69.687m, perfazendo um total de 3.685 ligações (SANESUL/ Bonito - 2004).



FIGURA 22 Captação de água de Bonito
Foto de Lauro Amaral Filho/2002

O Sistema de Esgoto, segundo dados do PDTUR (2004), é deficiente, com uma rede de captação de 12.000m. O município busca soluções para seus resíduos, apesar de existir uma unidade de tratamento, não atende condizentemente às necessidades da população.

¹⁰ Dados levantados por meio eletrônico, através dos sites: www.bonito-ms.com.br e www.ibge.gov.br, acessados em 10 de novembro de 2004.

2.5.4 Aspectos Econômicos.

A pecuária tem um papel muito forte na economia local e vem aprimorando-se com a implantação de novas instalações e técnicas modernas, inclusive a da inseminação artificial que está sendo aplicada em várias propriedades rurais. Há no município o predomínio de propriedades rurais que exploram a pecuária extensiva destinada para corte, cria e recria, sendo que, atualmente este rebanho atinge 306.000 cabeças. Existindo ainda pequenos rebanhos de ovinos, caprinos e suínos. A festa de peão do clube do laço (Figura 23) possui importante papel para o lazer da população local (PREFEITURA MUNICIPAL, 2004).



FIGURA 23: Festa clube do laço.

Foto de Catia Arantes/2004

O município possui uma área agricultável em torno de 17.000 hectares, ressalta-se que este número foi bem maior em anos anteriores. A predominância é de soja e milho, mas também existem plantações de arroz, feijão, milho, mandioca e outros produtos (PREFEITURA MUNICIPAL, 2004).

Bonito é visitado por aproximadamente 73.000 turistas por ano (ver anexo I), sendo o turismo responsável por aproximadamente 56% dos empregos gerados. A atividade abrange sítios turísticos, meios de hospedagem, transporte, alimentação, agências e guias de

turismo. Os passeios atendem aos mais variados estilos: caminhada, flutuação, cavalgada, mergulho autônomo e rapel. A busca por educação ambiental e cultural permeia grande parte destes lugares, alguns desenvolvem atividades específicas na área (Figura 24). Não se tem dados oficiais sobre a movimentação financeira do turismo no ano de 2002, no entanto é interessante dizer que em 1999 a movimentação foi de R\$ 17 milhões. (PREFEITURA MUNICIPAL, 2004)



FIGURA 24 Projeto reciclagem – Projecto vivo – Brazil Bonito
Foto de Catia Arantes / 2004

2.6 TURISMO EM BONITO.

A região de Bonito vem buscando explorar o turismo de forma articulada com a conservação ambiental. O ecoturismo se encaixa em diversas atividades no conceito de desenvolvimento sustentável. Requer, porém, constantes avaliações objetivando buscar a gestão equilibrada para que a população que têm ali sua sobrevivência, não as comprometam para as futuras gerações (BOGGIANI, 2001).

Até a década de 1980, a economia de Bonito baseava-se na mineração de calcário e na agropecuária. O turismo mudou lentamente esse perfil, pois alguns empreendedores começaram a se sensibilizar buscando a exploração da atividade de maneira correta. Para Boggiani (2001, p. 157) “A indicação da atividade turística como alternativa econômica para a região era tão ridicularizada por alguns e colocada em dúvida por outros. Eram poucos,

naquela época, que vislumbravam o sucesso do turismo do município; ao mesmo tempo, o incentivo dessa atividade inspirava preocupação devido ao risco de ela vir a promover maior rigor da fiscalização ambiental – o que era visto com reservas por uma sociedade até então extrativista”.

Em decorrência dos fatos descritos anteriormente, surgiu na região, o primeiro curso de Guia de Turismo, fazendo com que os proprietários acreditassem que dali sairiam pessoas capacitadas para cuidar de seus empreendimentos, com o limite aceitável de câmbio¹¹ (BOGGIANI, 2001, p.157).

Atualmente, o turismo cresce cada vez mais na região. Grandes Hotéis foram construídos como o Hotel Zagaia¹² (Ver Figura 25), Wetega, Pira Miúna, Betione, Hotel Fazenda Santa Esmeralda e vários outros do mesmo porte. Segundo Behr (2001, p.26) “atualmente o Planalto da Bodoquena se configura como o segundo pólo turístico do Estado de Mato Grosso do Sul, perdendo em número de turistas, apenas para o Pantanal”.



FIGURA 25 Hotel Zagaia – Blue Tree
Foto de Kiko Azevedo / 2004

¹¹ Limite aceitável de câmbio ao invés da preocupação com o quanto de uso está ocorrendo numa destinação, o que equivale a considerar o número de visitantes pelo método tradicional de CC, preocupa-se com o efeito do uso turístico sobre a expectativa dos visitados e visitantes. A partir dessa premissa estabelece o sistema de planejamento para o LAC consubstanciado em etapas predefinidas de ações e medidas (RUSCHMANN, 2000, p.62).

¹² Atualmente, o Grupo Zagaia está sendo administrado pela rede internacional Blue Tree de Hotéis.

De 1983 até a atualidade (2006), os passeios em fazendas começaram a ser explorados, oferecendo diversos atrativos como, alimentação regional, mostrando que a atividade turística pode agregar renda por meio da utilização de áreas adormecidas¹³. Começaram a cobrar uma taxa por visitante, a fim de melhorar a infra-estrutura, construindo, assim, as primeiras escadas e deques¹⁴ (Ver figura 26) de acesso aos rios para que evitassem o impacto ambiental negativo, disciplinando a visitação. Surgiram, também nessa época, as primeiras preocupações com o meio ambiente, sendo criado o COMDEMA – Conselho Municipal de Meio Ambiente (VARGAS, 2001, p. 141).

Em 1988, a Prefeitura de Bonito desapropriou a área onde hoje se encontra o Balneário Municipal, que segundo Boggiani (2001, p. 155) “tem como objetivo de atender mais a população local do que com o intuito de torná-lo um empreendimento capaz de atrair turistas”.



FIGURA 26 Rio Formoso – Balneário Municipal de Bonito
Foto de Catia Arantes / 2003

¹³ Áreas Adormecidas: o turismo recicla tais elementos, incorpora homens e meios a novos processos, estimula novos afazeres, gerando novas ocupações, novos empregos. Através das práticas artesanais, dos manufaturados das pequenas indústrias, dos produtos coloniais, o turismo incrementa a produção, promove o aumento da renda familiar, garante o comprometimento com novos consumos qualitativos. O turismo desperta aldeias e núcleos ignorados, incorporando-os aos municípios e as regiões turisticamente privilegiadas. (MOESCH, 2002, p. 99).

¹⁴ Deques são terraços ou plataformas feitas de tábuas geralmente paralelas (FERREIRA, 1986, p. 538).

Após a Eco-92 aconteceram em Bonito as primeiras experiências com visitas e a fixação de limite para a quantidade de visitantes em algumas localidades. Segundo Behr (2001, p. 28) “somente no início da década de 90, a região de Bonito começava a se projetar cada vez mais no cenário brasileiro e mundial, como um importante pólo turístico”. Ainda para este autor, “Todo esse processo provocou um crescimento acelerado da atividade turística na Serra da Bodoquena, pois em 2001 existiam 32 agências de turismo na cidade de Bonito. Visitaram a Serra da Bodoquena cerca de 60 mil turistas em 2000”.

Queiroz (2001, p. 26) constata que “em Bonito todos os passeios são pagos e devem ser realizados com o acompanhamento de um guia credenciado pela associação local de guia. Os valores cobrados são considerados altos e tornam a viagem cara, principalmente para aqueles que viajam em família”.

As opções de diversão e aventura são inúmeras: *trekking*, banhos de cachoeira, grutas de águas cristalinas, como a Gruta do Lago Azul, flutuação nas correntezas de rios como Sucuri, da Prata e Formoso, *rafting*, mergulho autônomo (com cilindros de oxigênio), trilhas de *bike*, parapente e ultraleve (QUEIROZ, 2001).



FIGURA 27 “Céu de Piraputanga” – flutuação no aquário natural Baía Bonita
Foto de Marcos Leonardo / 2005

Bonito é considerado um referencial do desenvolvimento turístico, prova disso ocorreu no primeiro semestre de 2003, quando o município foi indicado pelo Ministério de Turismo para representar o Brasil na Espanha. Convite feito pela União das Capitais Ibero Americanas, com sede em Madri (COMTUR, 2003).

Para Queiroz (2001, p. 26) “o turismo em Bonito atingirá a sua fase de saturação num futuro próximo e a partir daí tenderá a decair como destino turístico”, afirma ainda que alguns locais já apresentam sinais de massificação [...] Embora perceba-se um certo planejamento da atividade turística em toda a área do município observa-se um exagero de fluxos de excursionistas desrespeitando a capacidade de carga dos ecossistemas visitados [...]. A maneira como a atividade ecoturística vem ocorrendo em Bonito pode, em curto prazo, levar ao desgaste da localidade e destruição de seus atrativos naturais.

Este fato só não ocorrerá se os responsáveis pela exploração da atividade buscarem soluções num planejamento adequado, eficiente e duradouro.

2.6.1 A Estrutura Turística do Município

Até a década de 1970, os únicos atrativos de Bonito eram a Gruta do Lago Azul e a Ilha do Padre, visitados principalmente pelos moradores do município, além de seus amigos e parentes que moravam em outras regiões (VARGAS, 2001).

No final da década de 1980, houve um discreto aumento de visitantes, que procuravam também o Aquário Natural, as Cachoeiras do Mimoso (Figura 26) e o Rio Sucuri, além do passeio de Bote, quando os proprietários despertaram para a exploração econômica de seus atrativos. As autoridades locais em 1988 autorizaram a desapropriação da área que foi transformada no Balneário Municipal, visando atender a comunidade (BOGGIANI, 2001, p.155).

A infra-estrutura e a organização dos passeios era ainda precária, tendo apenas duas agências e alguns hotéis de acomodações simples na cidade (VARGAS, 2001).

Em 1993 o fluxo de turistas sofre aumento expressivo após a transmissão em rede nacional de diversos documentários sobre a região. São deste período as primeiras experiências de limitar o número de visitantes em alguns passeios (BOGGIANI, 2001).

A realização do primeiro Curso de Formação de Guias de Turismo, em 1993, patrocinado pelo SEBRAE, e Prefeitura Municipal de Bonito, e coordenado pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, constituiu o marco inicial para a profissionalização do turismo em Bonito. Desde essa época mais três cursos de formação de guias foram realizados, suprimindo a crescente demanda turística (BOGGIANI, 2001, p.155).



FIGURA 28 Acampamento técnico curso de guia – Estância Ecológica Rio da Prata

Foto de Lauro Amaral Filho / 1997

Em 1995, a Lei Municipal 689/95 tornou obrigatório o acompanhamento de guias de turismo nos passeios turísticos locais. Seu credenciamento pela Embratur garante segurança ao visitante, aliada a uma variedade de informações sobre o local visitado, ao mesmo tempo em que se torna um fiscal da preservação ambiental (BOGGIANI, 2001).

Ainda em 1995, a estruturação da atividade turística foi complementada pela aprovação da Lei Municipal 695/95 que instituiu o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, integrado por quatro representantes escolhidos pelo Chefe do Executivo Municipal e por seis representantes dos segmentos ligados ao *trade* turístico local,

posteriormente alterado para sete representantes. Simultaneamente foi instituído o Fundo Municipal de Turismo, o FUTUR (COMTUR, 2004).

O COMTUR tem como principal objetivo fomentar o turismo de maneira organizada e sustentável no município, apoiando ações que visem divulgar o município de Bonito em outras regiões, dando apoio ao *trade* e à comunidade, seja na implantação de alguma atividade ou na parceria de projetos de cunho social (COMTUR, 2004).

Embora o estatuto do COMTUR instituiu reuniões quinzenais, estas acontecem semanalmente. Aos conselheiros são apresentadas propostas e solicitações de apoio às atividades ligadas ao turismo, que são discutidas em sessões abertas ao público, votadas e registradas em ata (COMTUR, 2004).

Os Conselheiros representam as associações de classe, são eleitos por voto direto e cumprem mandato de dois anos. As seguintes associações estão representadas no COMTUR: Associação Comercial, Associação dos Transportes, Associação Bonitense de Hotelaria, Associação de Agências de Turismo, Associação de Guias de Turismo, Associação dos Atrativos Turísticos, Associação de Operadores de Bote, Sindicato Rural e IBAMA. Os representantes do Executivo Municipal são: Vice-prefeito, Assessor Jurídico, Secretário de Turismo, Indústria e Comércio, e um representante da Câmara de Vereadores.(COMTUR, 2004)

A Resolução Normativa nº 09/95 do COMTUR regulamentou a instituição do *Voucher Único*¹⁵, principal instrumento para viabilizar o ordenamento da atividade turística em Bonito. No valor do ingresso está incluído o pagamento para a agência, para o atrativo

¹⁵ Para Mariani (2001) O número crescente de agências da cidade e os problemas advindos da falta de um procedimento único para o atendimento do turista provocaram a tentativa de unificação do sistema pela padronização denominado *voucher*. No estágio inicial do turismo, não havia um documento único para controlar o encaminhamento do turista ao atrativo, tampouco uma forma única e respeitada por todos, para o desdobramento do processo, como a retenção dos valores devidos ao guia, ao atrativo e impostos municipais. A constatação pelo *trade* de que o *Voucher* único iria resolver o problema de superestimativa de impostos assegurou sua aceitação imediata no meio. Ficou evidente para todos os envolvidos que a Prefeitura não iria cobrar mais do que era devido e, por sua vez, ocorreu o controle adequado e descentralizado da arrecadação, já que o interesse da agência, do guia de turismo e do atrativo turístico, em contabilizar exatamente os seus ganhos, fez com que inexistisse a necessidade de um sistema de fiscalização formal pela própria Prefeitura. Outro problema que foi resolvido pelo *Voucher* único foi o da padronização das informações aos diversos envolvidos no processo. O documento traz uma informação que atende a uma particularidade do turismo de Bonito, em que a maioria dos atrativos fica muito distante da base de hospedagem do turista, trata-se do horário de saída da cidade e o horário de chegada no atrativo.

turístico e para o guia de turismo, sendo que todos devem mensalmente recolher o ISS para a Prefeitura. Com este procedimento operacional, a Prefeitura centraliza o controle do número de pessoas por passeio, mediante um sistema informatizado (COMTUR, 2004).

Assim, quando o turista chega a Bonito, deve obrigatoriamente passar por uma agência local para agendar seus passeios, pegar os respectivos *vouchers* e seguir para o atrativo acompanhado de um guia de turismo.

Em Bonito existe mais de 30 atrativos turísticos e 27 agências de turismo que praticam o mesmo preço, sendo a qualidade no atendimento o diferencial entre elas. A rede hoteleira é composta por aproximadamente 80 hotéis e pousadas dos mais diferentes níveis. Possui restaurantes que oferecem desde refeições rápidas até pratos a base de peixe e carne, inseridos na culinária regional (COMTUR, 2005).

3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS QUANTITATIVOS

3.1 RESULTADOS DA PESQUISA NOS ATRATIVOS TURÍSTICOS

Como já apresentado na metodologia da pesquisa, este estudo de caso de natureza quali-quantitativa visa analisar a atividade turística em Bonito-MS e o perfil profissional de quem trabalha com o fenômeno na localidade. Por se tratar de uma análise de natureza exploratória, o estudo levantou *in loco* as condições do local, tendo também como suporte metodológico a revisão bibliográfica, a análise documental e observação direta, através da elaboração de um roteiro para observação da situação atual no município e dos munícipes envolvidos com o desenvolvimento do turismo.

Foram aplicados questionamentos com perguntas abertas e fechadas aos funcionários da rede hoteleira do município, das agências de viagens e turismo, das empresas de transporte terrestre e atrativos explorados turisticamente durante o período de 20 de março a 15 de maio de 2005, além de entrevistas livres e semi-direcionadas com pessoas, estabelecimentos e empresas envolvidas com o turismo.

Desta forma, pôde se conhecer e identificar as expectativas e o interesse dos munícipes em relação ao desenvolvimento da atividade turística.

Os empreendimentos de Bonito operam com um número fixo de funcionários e na alta temporada aumentam seu efetivo como forma de conseguir atender um maior número de turistas. O resultado da pesquisa apontou que 68% dos funcionários são registrados e 32% são contratados temporariamente (também chamados de diaristas). O grau de escolaridade é baixo, pois cerca da metade dos entrevistados (50%) têm apenas o ensino fundamental,

existindo um equilíbrio entre o ensino médio (25%) e o ensino superior (25%), sendo que 43% destes funcionários são naturais do próprio local.

Quando levantado o gênero dos funcionários dos atrativos turísticos de Bonito pôde-se constatar que o mercado de trabalho vem passando por uma ascensão do gênero feminino em várias áreas profissionais. Com a pesquisa, foi possível verificar que 76% das vagas são preenchidas por mulheres.

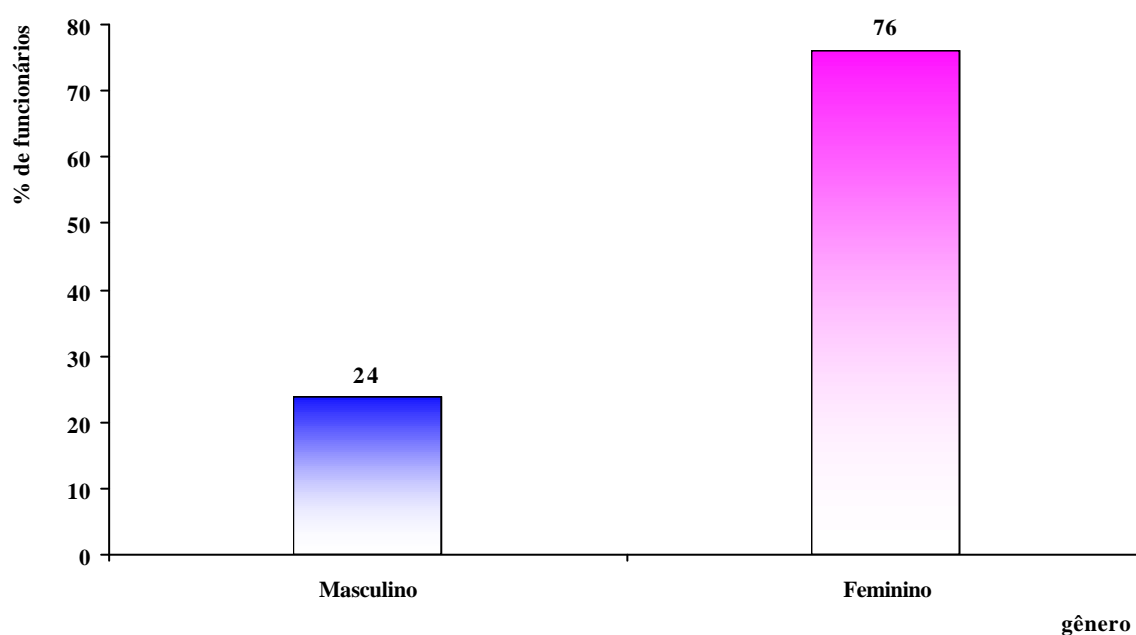


FIGURA 29: Gráfico do gênero dos funcionários dos atrativos turísticos de Bonito.

No quesito idade, a maioria dos respondentes (77%) são jovens de 18 a 30 anos. A outra faixa etária que vem logo em seguida é a que varia entre 30 a 40 anos (21%), já os com mais de 40 anos são de apenas 2%. Percebe-se que existe uma variação de idade em cada atrativo entre os 18 a 40 anos ou mais.

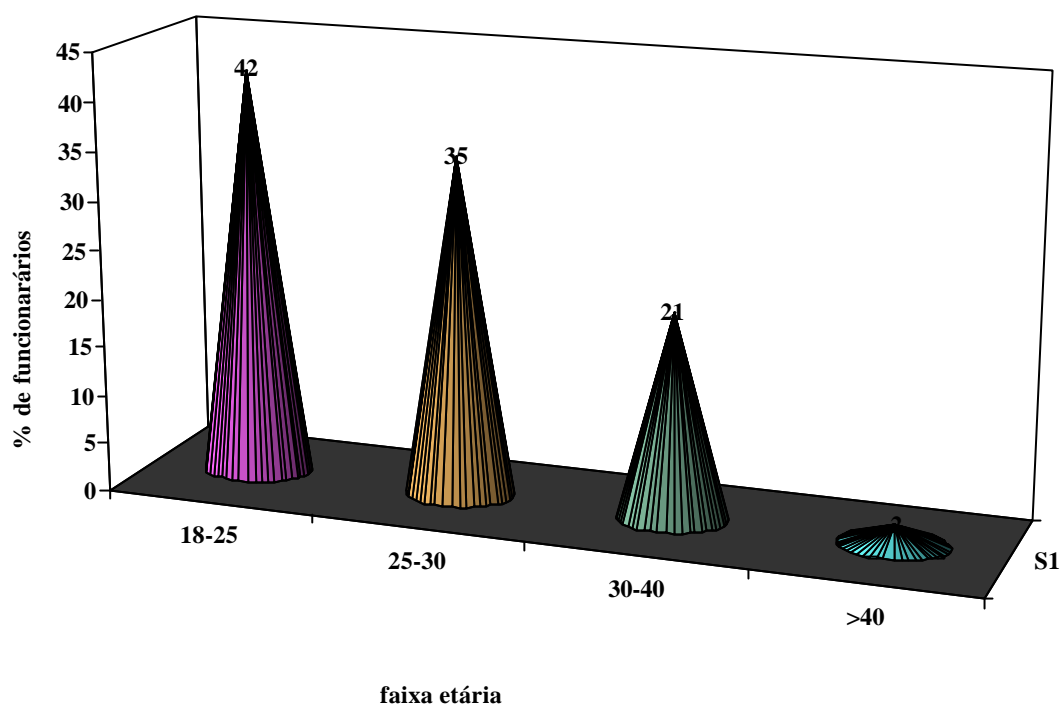


FIGURA 30: Gráfico faixa etária dos funcionários dos atrativos turísticos de Bonito.

3.2 RESULTADOS DA PESQUISA NAS AGÊNCIAS

A importância do papel da agência de turismo é facilmente perceptível. Ela tem a responsabilidade de bem orientar o cliente, assessorando o turista, bem como oferecer e prestar serviços com qualidade; sendo a ligação entre o cliente e o produto.

No município de Bonito existem hoje 44 Agências de Viagens e Turismo cadastradas na Secretaria Municipal de Administração e Finanças através da Central de Arrecadação do Imposto sobre serviços de qualquer natureza.(ISSQN). A pesquisa foi aplicada somente nas que estavam em operação (27 agências) e constatou-se que duas entraram em operação após a coleta de dados e não estão fazendo parte dos resultados. As outras 15 agências estão inativas.

Os resultados apontaram que 59,3% das agências de turismo têm sede própria e 40,7% se localizam em imóveis alugados. Das agências com prédio próprio, 75% encontram-se dentro de hotéis ou pousadas.

No que se refere às características, número de funcionários, idade e remuneração mensal, os dados são os seguintes: Com relação aos funcionários das agências, existem 81% dos profissionais diretamente empregados, sendo que 68% são do sexo feminino e 32% do sexo masculino. Desses funcionários, 11,2% não completaram o 2º grau, 64,2% têm 2º grau completo, cerca de 25% já possuem ou estão cursando o ensino superior.

Dos trabalhadores das agências de turismo do município, a maioria (64,2%) possuem registro em carteira. Pode-se observar que algumas agências (13,6%) são os proprietários que trabalham diretamente com o atendimento.

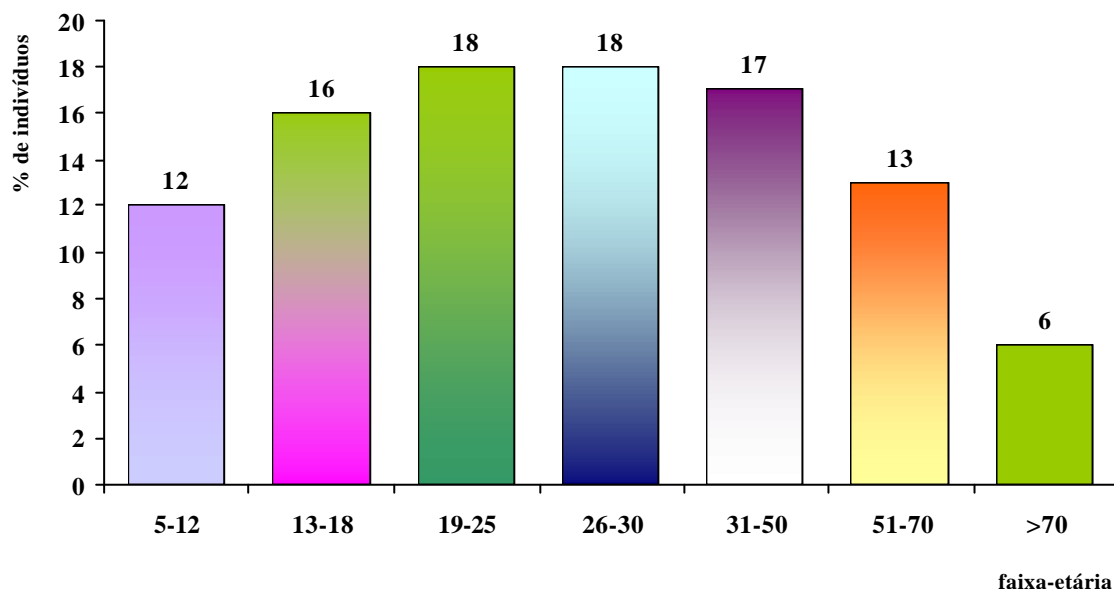


FIGURA 31: Gráfico faixa etária dos funcionários das agências de Bonito.

A faixa etária desses trabalhadores demonstra uma distribuição uniforme de oportunidade de trabalho característica da atividade turística. Fato observado nos dados coletados, cerca de 50% está na faixa que varia entre 18 a 30 anos, e o restante (46%) acima de 31 anos.

A média salarial dos funcionários das agências de turismo estudadas oscila entre 2 a 3 salários mínimo, representando 70,8% destes trabalhadores, aqueles que possuem seus proventos acima de 4 salários mínimos abarcam perto de 17%.

Do universo das agências pesquisadas 84% investem na capacitação de seus profissionais custeando parte dos cursos e/ou disponibilizando tempo para essa capacitação.

Somente 26% das agências de Bonito utilizam-se de pesquisa de opinião junto a seus clientes.

Na análise comparativa entre os dois segmentos do mercado turístico, percebe-se que o número de profissionais contratados do sexo feminino é destacadamente maior quando comparados com os contratados do sexo masculino.

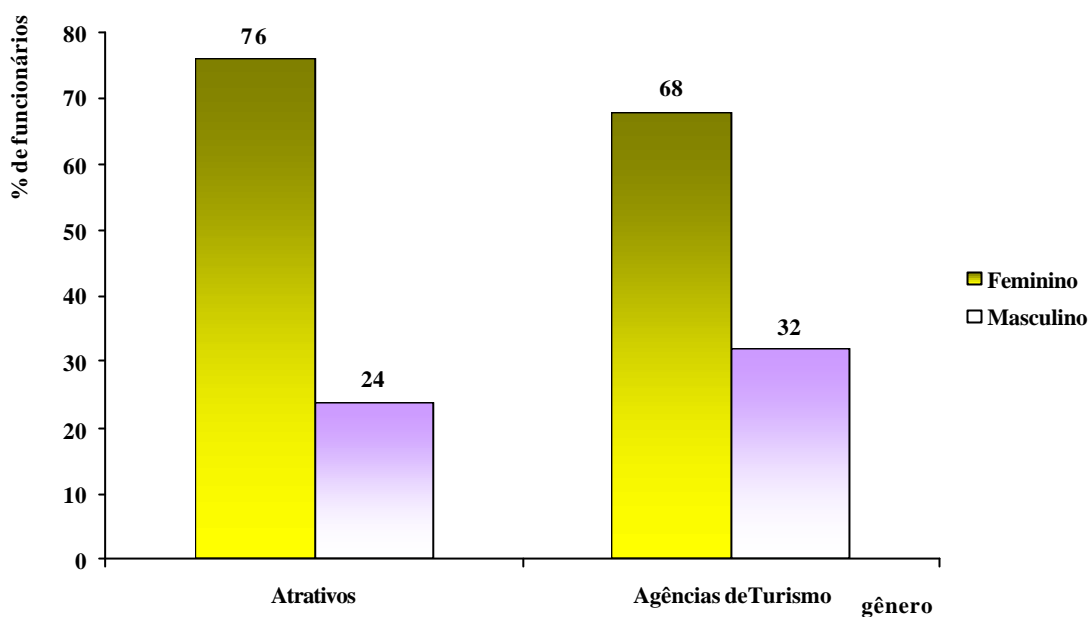


FIGURA 32: Gráfico comparativo de gênero dos funcionários dos atrativos das agências de Bonito.

3.3 RESULTADOS DA PESQUISA NAS TRANSPORTADORAS TURÍSTICAS

O desenvolvimento do turismo no município de Bonito ocorreu na última década do séc. XX, porém percebe-se que o segmento de transporte não acompanhou essa evolução. A pesquisa demonstrou que a maior parte das empresas atuantes estão de dois a cinco anos no mercado. O tipo de transporte mais utilizado é o de Van, mas os carros para até quatro passageiros, ônibus e microônibus também representam uma demanda a ser considerada.

Existem cadastrados na central ISSQN (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza), 65 empresas que prestam serviços de transporte de passageiros em Bonito. Deste total foram entrevistados 12 empresas, que correspondem a 15%, pois as demais não retornaram os questionários à pesquisadora.

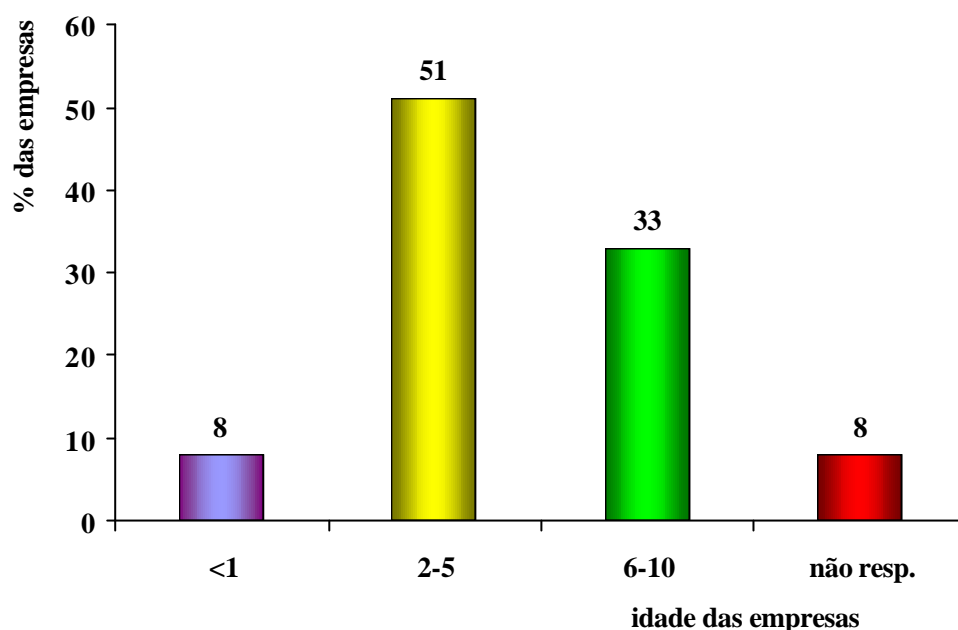


FIGURA 33: Gráfico Idade das Empresas de Transportes de Bonito.

Grande parte das empresas possui veículos já quitados. Todas são de pequeno porte, com no máximo dois veículos. As frotas têm em média três anos com a manutenção preventiva feita mensalmente.

No que se refere à segurança do motorista e dos passageiros, sabe-se que a segurança e a qualificação da mão de obra é condição básica para este tipo de empresa existir, ou seja, esta pesquisa deveria apresentar dados que chegassem perto de 100%. Porém o que se constatou é que somente em torno de 69% das empresas se preocupam com a segurança de seus passageiros.

O município estudado também sofre o fenômeno da sazonalidade do turismo, possuindo picos de demanda nos períodos de alta temporada, levando as empresas de transportes a contratar funcionários temporários.

Os empresários deram mostras de preocupação com a qualidade do atendimento da sua equipe, porém em torno de 33% não realizam nenhum tipo de treinamento ou avaliação. Através da pesquisa constatou-se que a maioria dos motoristas possui curso de

direção defensiva e atendimento ao cliente. Existem pesquisas de contentamento do usuário, porém a estas não são atribuídos os devidos créditos.

Quanto às expectativas dos empresários de transporte no mercado, percebe-se um bom grau de satisfação e otimismo. Levando-se em consideração a qualidade das respostas dadas, o maior grau de pessimismo foi detectado em empresários que possuem ônibus, cerca de 33% do total das expectativas negativas indicará pessimismo, mas uma análise detalhada do grupo, permitiu deduzir que a maioria possuem expectativas positivas. Ressalta-se que o maior descontentamento é por parte dos proprietários de ônibus, que possuem veículos antigos, não oferecendo condições mínimas exigidas pelos contratantes e nem ao perfil da maior parte dos turistas.

3.4 RESULTADOS DA PESQUISA NA HOTELARIA

A análise dos resultados da pesquisa na hotelaria em Bonito apontou que 55% dos funcionários são casados, e 43% são solteiros. Ficou demonstrado que 38% dos entrevistados estão na faixa etária de até 20 anos, a seguir com 32% estão entre 21 a 30 anos, e o menor percentual é de 41 a 50 anos, representando 3% das respostas. Quando indagados sobre o grau de escolaridade, cerca de 35% possuem apenas o ensino fundamental, 44% possuem o ensino médio e apenas 6% no âmbito do ensino superior. Observa-se que somente os administradores concluíram o ensino superior.

Pode-se observar que 81% dos funcionários possuem uma renda média de até dois salários mínimos, 5% de 3 a 4; 2% de 5 a 6 salários mínimos e 12% não declararam seus rendimentos.

A pesquisa ainda demonstra que a maioria dos funcionários da rede hoteleira residem no município a mais de 5 anos (63%), 9% a mais de 4 anos, 24% a 1 ano ou menos e 4% não opinaram. O que se pode perceber é que a hotelaria de Bonito possui um quadro de funcionários composto na maior parte por mão-de-obra local, residente mais de 5 anos. Dos respondentes, 49% possuem casa própria, 32% moram de aluguel e 19% não opinaram.

Na rede hoteleira municipal, a maioria dos funcionários é natural de Bonito(43%), um número considerável (38%) são oriundos do Estado de Mato Grosso do Sul, e somente 7% vem de outros estados.

Constata-se que 34% dos entrevistados possuem mais de um cargo na empresa, por isso foram classificados como outros, 15% exercem função de camareira, 12% recepcionista, 9% copeira, 9% garçom e 6% exercem função de gerência.

Ao que se refere ao tempo de serviço dos funcionários nos empreendimentos, 37% deles trabalham a menos de 1 ano, 30% entre 1 e 3 anos, 15% de 3 a 5 anos.

Quando se compara a idade média dos funcionários contratados para os segmentos de atrativos turísticos, agências de turismo e hotelaria verifica-se que estes geram um maior número de empregos para aqueles que possuem entre 18 e 30 anos. Entretanto, ressalta-se que as agências de turismo possuem um equilíbrio entre a distribuição de postos de trabalho nas diferentes faixas etárias apontadas pela pesquisa.

Em contraponto, percebe-se que a atividade turística instalada na região absorve uma mão de obra mais jovem, demonstrado aqui pelos índices apontados pelos atrativos e na hotelaria.

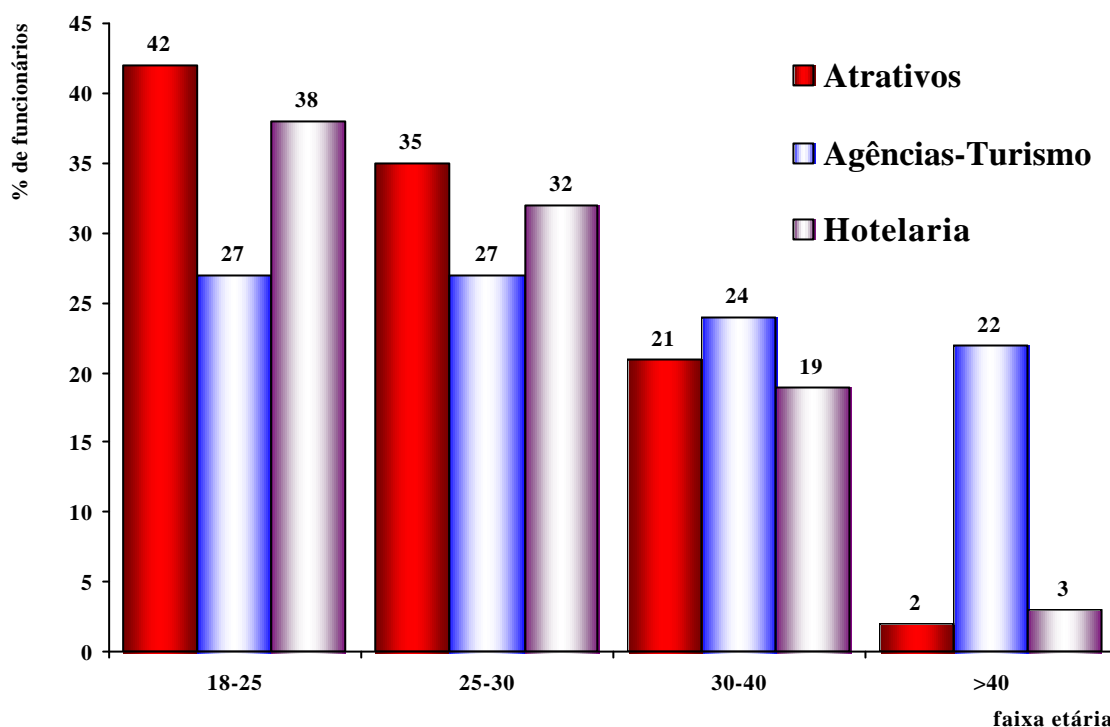


FIGURA 34: Gráfico comparativo entre a faixa etária dos funcionários dos atrativos, das agências e da hotelaria de Bonito.

3.5 RESULTADOS DA PESQUISA DAFO

O método utilizado para esta parte da pesquisa foi o DAFO (D – deficiências, A – ameaças, F – pontos fortes ou fortalecimentos, O – oportunidades) ou SWOT (em inglês), foi criado por Kenneth Andrews e Roland Chistensen em 1960 na Harvard Business School e que tem a finalidade de recolher, analisar, avaliar e identificar as opções estratégicas que enfrentam uma comunidade, uma organização, ou um indivíduo. Os pontos fortes e as deficiências são avaliações internas, já as oportunidades e ameaças são externas e deve-se levar em conta o contexto a que o município está inserido (MENEZES, 2004).

Aplicadas no município durante o período da pesquisa quantitativa (de março a maio de 2005), abrange o universo de 64 entrevistas, que contavam entre os entrevistados Guias de Turismo, comerciantes, proprietários de atrativos, de meios de hospedagem, agências, transportes e representantes da comunidade local, todos acadêmicos do curso de turismo do Instituto de Ensino Superior da Funlec e Universidade da Grande Dourados – IESF/UNIGRAN de Bonito-MS, que apontaram os seguintes resultados:

3.5.1 Deficiências

As deficiências aqui citadas refletem o pensamento dos cidadãos bonitenses que responderam à pesquisa que fundamenta este estudo e encontram-se apontadas abaixo.

1. Carência de atitudes de conservação dos ecossistemas;
2. Exploração de alguns sítios sem consciência e respeito ao meio ambiente;
3. Implantação de mega empreendimentos na região acarreta a descaracterização do perfil de exploração atual do turismo, ameaçando sua sustentabilidade;
4. Precariedade dos meios de acesso aos atrativos turísticos;
5. Carência de infra-estruturas adequadas para portadores de necessidades especiais;
6. Ausência de mais áreas de lazer para a população local;
7. Ausência de estudo de impacto ambiental para a exploração das atividades;
8. Baixa qualificação em princípios de ecoturismo pelo *trade*;
9. Carência na capacitação do proprietário dos empreendimentos turísticos;
10. Carência de organização e sensibilização da população a respeito do lixo;
11. Classe política sem conhecimento e visão necessária para acompanhar e nortear o crescimento acelerado que o turismo está exigindo;
12. Deficiência na Coleta Seletiva de Resíduos;
13. Deficiência no sistema de esgoto;
14. Exclusão social;
15. Falta de empreendedores, excesso de empresários;
16. Falta de orientação e fiscalização pelos órgãos competentes;
17. Fragilidade dos serviços médicos;
18. Deficiência no sistema de iluminação pública;
19. Carência no sistema de limpeza pública;
20. Carência de mão-de-obra especializada;
21. Precariedade na rede de ensino instalada no município;
22. O não aproveitamento da mão de obra existente no local (jovens);
23. Planejamento ineficiente;

24. Pouca integração, participação e inclusão da sociedade na atividade (por ex. hortifrutigranjeiros, artesanato, comercialização de pescado, etc.);
25. Presença de somente um atrativo público – Balneário Municipal - (custo baixo e maior fonte de recurso para o município);
26. Recursos Humanos carentes de formação básica e profissional;
27. Necessidade de se repensar o processo de organização turística atual;
28. Ausência de profissionais e equipamentos de saúde para a população e turistas;
29. Sazonalidade;
30. Carência na sinalização turística;
31. Deficiência no sistema de transporte - acesso à Bonito- linha convencional de Ônibus e,
32. Carência nos processos de Planejamento Urbano.

3.5.2 Ameaças

1. Abertura de novos empreendimentos sem estudos de mercado;
2. Implantação do aeródromo internacional;
3. A pressão do capital tem sido forte para abertura de novas atividades relacionadas ao turismo (por exemplo, construção de “*resorts*”, pousadas, aeroporto, novos atrativos);
4. Altos índices de passivos ambientais (ausência de área de preservação permanente; reserva legal, etc.);
5. Aparecimento de empreendimentos turísticos sem nenhum tipo de planejamento (em qualquer segmento do turismo);
6. Aumento da produção de resíduos sólidos e efluentes;
7. Aumento da prostituição;
8. Caça, captura de animais silvestres e pesca predatória (todos clandestinos);
9. Ceva de animais silvestres;
10. Ciúmes que todos têm de Bonito;
11. Conflitos entre conceitos relacionados à conservação da natureza;
12. Crescimento desordenado da população urbana (inclusive flutuante);
13. Crescimento muito acelerado do fluxo de visitantes;

14. Perenização de ecossistemas importantes para a manutenção do atrativo turístico;
15. O planalto da Bodoquena não comporta o turismo de massa;
16. Criação de fauna exótica;
17. Cursos de água desprotegidos (insuficiência de mata ciliar principalmente nos córregos urbanos);
18. Debilidades e irregularidades no licenciamento das atividades;
19. Descumprimento do plano diretor;
20. Desestruturação social;
21. Desflorestamentos ainda autorizados pelos órgãos competentes além dos desmatamentos clandestinos nas matas ciliares e Serra da Bodoquena;
22. Drogas;
23. Empresas de grande porte que venham para a região somente no intuito de “sugar” os recursos da região;
24. Especulação imobiliária;
25. Estradas de acesso;
26. Excessiva carga de tributos;
27. Exclusão Social;
28. Falta de comprometimento do poder público;
29. Falta de sensibilização da população urbana e rural com respeito à conservação do meio ambiente;
30. Falta de sensibilização do *Trade* Turístico com relação à visão de longo prazo que o setor necessita;
31. Falta de interesse da população em áreas que possuem vagas no mercado;
32. Falta de valorização do produto turístico;
33. Fragilidade ambiental da região;
34. Isolamento dos fragmentos florestais;
35. Má utilização do *voucher* único;
36. Mídia agressiva;
37. Não cumprimento dos limites de capacidade de suporte dos atrativos;
38. O fomento da venda do artesanato indígena, utilizando uma única fonte de matéria prima, como o barro, limita a lucratividade e esgota os recursos naturais;
39. Oportunismo no meio turístico;
40. Pressão de grandes investidores;
41. Resistência da comunidade;

- 42. Sazonalidade do turismo;
- 43. Sistema de saúde desqualificado e insuficiente (grande risco de epidemias pela circulação de pessoas de todo o mundo, como também ausência de traumatologia – maior probabilidade de acidentes com esta atividade);
- 44. Sonegação de impostos;
- 45. Surgimento desordenado de meios de exploração turística como *camping's*, balneários e pousadas às margens dos rios, sem planejamento ou gestão e,
- 46. Violência e falta de segurança.

3.5.3 Pontos Fortes

- 1. *Voucher* único;
- 2. A elucidação da população mais humilde sobre a atividade turística e a importância da qualificação;
- 3. A grande maioria dos sítios turísticos é de empresas privadas rurais, trazendo uma nova alternativa de renda para o produtor rural aliada a preservação dos recursos ambientais;
- 4. A necessidade de se manter as fontes turísticas necessariamente passa pela sensibilização da criança que cobra do adulto, talvez aí esteja a solução para um futuro promissor pois quem conhece, valoriza e preserva;
- 5. A união do *trade* para o seu crescimento e fortalecimento;
- 6. Aeródromo;
- 7. Ampliação da capacitação dos profissionais do *trade*, com cursos de diferentes áreas, desde qualidade de atendimento, primeiros socorros, fundamentos de zoologia, ecologia e conservação da natureza, entre tantos outros, porque a atividade aqui estudada requer qualificação e conhecimento global das inúmeras disciplinas que são inerentes ao turismo (ecologia, geografia, saneamento, turismo).
- 8. Baixo índice de criminalidade;
- 9. COMTUR estruturado e contando com o Fundo de Turismo;
- 10. Divulgação nacional e internacional;

11. Educação e capacitação profissional de mão de obra dos munícipes para que se possa evitar o êxodo da população para os grandes centros e fixar o jovem em seu local de origem;
12. Elaboração de planos, ordenamento dos municípios;
13. Empresariado comprometido com a conservação do meio ambiente;
14. Instalação de Instituições de Ensino Superior;
15. Fortalecimento de valores culturais (tradicional e indígena);
16. Geração de renda e postos de trabalho;
17. Interesse por parte do poder público e população envolvida na busca de soluções;
18. Maior influência, presença e participação da população local;
19. Existência de grande número de estudiosos e pesquisadores / Massa crítica;
20. Melhor distribuição de renda gerada pela atividade;
21. Oficinas com a participação da comunidade e do *trade* turístico;
22. Oportunizar a educação ambiental;
23. Parcerias com instituições (Universidades, SEBRAE, SENAC);
24. Criação do Parque Nacional da Serra da Bodoquena;
25. Regionalização do Turismo (Serra da Bodoquena);
26. Sensibilização da comunidade quanto às questões ambientais;
27. Surgimento de ações da sociedade organizada: Brazil Bonito, Amigos do município, Museu da Consciência Limpa;
28. Turismo bem pulverizado na comunidade, distribuindo renda direta e indiretamente;

3.5.4 Oportunidades

1. Adequação da infra-estrutura básica necessária para atender o fluxo turístico e a população local;
2. Formar, capacitar e reciclar a mão-de-obra;
3. Implementação de projetos engavetados;
4. Capacitação das tribos indígenas para a diversificação do artesanato e melhor exploração de suas potencialidades;
5. Capacitação para o despertar da importância do desenvolvimento local, oportunizará a sustentabilidade da atividade na região;
6. A criação e implantação do Parque Nacional da Serra da Bodoquena darão sustentação à exploração dos recursos turísticos;
7. A diversificação das atividades;
8. A existência e participação do Conselho Municipal de Turismo- COMTUR, alicerça a atividade respaldando a união entre a sociedade, o empreendimento e a superestrutura;
9. Criação de Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN);
10. Cursos universitários instalados no município através do IESF - Instituto de Ensino Superior da Fundação Lowtons de Educação e Cultura- Funlec;
11. Fomento de atividades econômicas de baixo impacto através de métodos alternativos como a permacultura e a bioconstrução;
12. Formação de Pólo Jardim – Bonito – Bodoquena – Miranda;
13. Geração de empregos e renda para a comunidade local;
14. Inclusão e responsabilidade social;
15. Monumento Natural Gruta do Lago Azul e Nossa Senhora Aparecida;
16. Movimento holístico de todos os setores da sociedade no fomento de ações específicas, na busca de ações ordenadas e assumindo seu papel e cobrando de todos;
17. Novos nichos de mercado (trilhas, aeródromo, centro de convenções);
18. Oportunizar o desenvolvimento de projetos de conservação da natureza;
19. Política de baixa temporada.
20. Potencialidade para o desenvolvimento do turismo diversificado e de alto nível (histórico, cultural, científico, contemplativo, recreativo, aventura, ecológico, etc.);

21. Projeto “Conservação da biodiversidade das matas ciliares do rio Formoso” pela Fundação O Boticário e Neotrópica dará oportunidade de que se possam desenvolver atividades respeitando os ecossistemas da região estudada, evitando o esgotamento de seus recursos;
22. Projetos estruturantes (Projeto Pantanal, Prodetur-Sul e GEF);
23. Reflorestamento planejado e monitorado;
24. Singularidade natural da região, com forte apelo a conservação da biodiversidade, valor cênico e grande quantidade e qualidade de seus recursos hídricos e,
25. Valorização de horti-fruti-granjeiros.

Como forma de proceder à análise destes dados, o processo será descrito e discutido através de comentários a serem apresentados no próximo capítulo.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS QUALITATIVOS

Este capítulo discute as informações levantadas na análise e na interpretação dos dados quanti-qualitativos coletados para este estudo e tem por objetivo dimensionar o fenômeno do turismo no município de Bonito- MS embasados por dados estatísticos disponibilizado pelo governo do estado e pelo resultado da pesquisa.

Dados recentemente (2005) divulgados pela Fundação de Turismo de MS (ANEXO B), demonstram que Bonito possui 107 meios de hospedagem e 5.385 leitos com uma taxa média de ocupação por perto de 15.40%. Apesar de o documento distribuir os dados por regiões, a da Serra da Bodoquena esta representada pelo município de Bonito.

Com relação ao turista, 88% dos visitantes são de outros estados, 4% do Rio de Janeiro, e 8% de Mato Grosso do Sul. O município tem uma taxa de permanência do turista em média 3,24 dias. As mulheres são em maior numero (56%) conforme Anexo III e possuem grau de escolaridade superior (perto de 80%) e idade compreendendo entre 31 a 50 anos. Estes dados são interessantes quando se pensa em planejar o turismo na região e por isso estão sendo compilados neste estudo.

Quando se busca dimensionar a quantidade de atrativos visitados por turistas que aportaram ao local aqui estudado nos últimos 10 anos percebe-se que o número praticamente dobrou (Anexo C) conforme o gráfico a seguir.

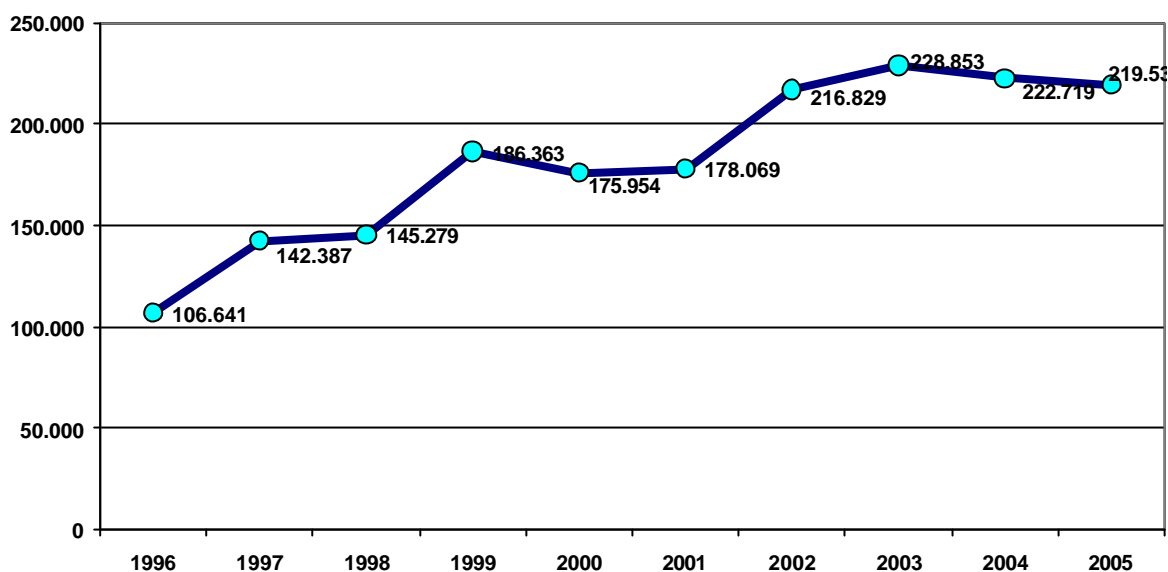


FIGURA 35: Gráfico da evolução do número de atrativos turísticos visitados em Bonito entre os anos de 1996 e 2005.

Quando se busca dimensionar o profissional que trabalha na rede hoteleira do município fica demonstrado que 70% dos funcionários estão na faixa etária entre 20 a 30 anos, ficando o menor percentual (3%) para a faixa de 41 a 50 anos. Não diferente das outras estatísticas sobre a idade dos contratados para a atividade de turismo, percebe-se a carência de espaço para maiores de 30 anos e principalmente a exclusão dos acima de 40 anos.

Ainda na rede hoteleira, verificou-se que 43% dos entrevistados são natural de Bonito, 38% do MS e apenas 7% de outros estados, onde se pode apontar que esse pequeno percentual são de indivíduos que encontram nos cargos de gestores aos quais carecem de constante qualificação. Outra informação relevante é o tempo de serviço dos entrevistados (67% entre 1 a 3 anos), o que acaba evidenciando uma alta rotatividade de funcionários, necessitando de estudos mais detalhados e elaborados por pesquisadores da área de Recursos Humanos.

A maioria dos funcionários de agências é do sexo feminino (68%), o que evidenciam a facilidade do atendimento ao público pelas mulheres enquanto que os homens geralmente trabalham no campo e com atividades braçais (remadores por exemplo). 70,8%

recebem entre 2 a 3 salários mínimos, valores extremamente baixo mas condizentes com o padrão local.

No que se refere ao quesito responsabilidade social das empresas, foi questionado aos empresários quais ações eram praticadas por suas empresas. De forma geral, fica evidenciado que as iniciativas são ínfimas. Com relação aos atrativos turísticos, verificou-se que essas atitudes são de vanguarda e que 68% dos atrativos não apresentam nenhum interesse nessa área e os que possuem, o fazem com doações e participação com entidades como Asilo São José, Pestalozzi e ONG'S (Amigos do Mimoso a qual se transformou em IASB). Destaca-se outras que possuem projetos em andamento, como o Projeto Reciclagem da ONG Brazil Bonito (mantida por um único empresário local, o Sr. Jayme Sanches) com escolas do município, promovendo a educação ambiental no ensino fundamental. Somente 36% dos Atrativos, têm participação efetiva na comunidade.

Quanto à responsabilidade social das empresas de transportes, constata-se a ausência de projetos sociais e ações para este fim. Pressupõe-se que estas empresas, embora mostrando boa vontade, carecem de orientações sobre o que é responsabilidade social e sua importância para o desenvolvimento da comunidade local. A bióloga Paula Battassini relata: “No quesito responsabilidade social, cabe destacar que o ônibus utilizado para os projetos de Educação Ambiental da Associação Amigos Brazil Bonito é contratado pela ONG diretamente com seu proprietário pelo preço de custo, ou seja, a metade do valor de locação geralmente cobrado, o que contribui para a redução do custo dos projetos. Obs. Este empresário inclusive instalou microfone para facilitar os trabalhos após a sugestão dos coordenadores dos projetos. Este ônibus é antigo, porém suas razoáveis condições permitem o transporte seguro dos alunos e professores participantes.”

Dentre o percentual de agências que utilizam pesquisa de opinião junto a seus clientes, este é muito baixo, bem como o conhecimento de seus funcionários sobre o que estão vendendo. Apesar de muitas agências investirem e/ou disponibilizarem tempo para a capacitação de seus profissionais, conforme a pesquisa demonstra, há necessidade de intensificar a qualificação bem como promover visitas técnicas aos sítios turísticos para reconhecimento e melhoria na venda destes. O percentual de agências de turismo instaladas em hotéis (75%) é para a pesquisadora um elemento relevante, apesar de ser um dado de

conforto a mais disponibilizado ao hóspede, este episódio diminui a circulação do mesmo pela cidade, podendo prejudicar o comércio local.

4.1 ANÁLISE DA PESQUISA DAFO

Pode-se notar que o município tem consciência do que “falta” para a correta exploração e sabe-se que é difícil equalizar qualidade de vida da população, turismo e meio ambiente.

No que se refere à análise e interpretação das informações qualitativas obtidas através da aplicação do DAFO, apresenta-se as seguintes considerações:

4.1.1 Deficiências

É evidente a insuficiência de atitudes conservacionistas na exploração da atividade turística em Bonito, com poucas ações efetiva de educação ambiental e carência quanto a sensibilização do poder público, da população, da iniciativa privada e dos visitantes o ecossistema continuará sobre constantes pressões degradadoras.

Percebe-se que o turismo, como atividade econômica em Bonito, peca pela omissão dos órgãos ambientais e pela falta de orientações efetivas, desconhecimento, sobre a criação de parâmetros no momento da implantação dos sítios turísticos ocasionando danos irreparáveis ao meio natural explorado. Sugere-se como medida mitigadora a aplicação de sanções ou compensações e que se defina claramente os critérios legais para a implantação de novos empreendimentos e fazendo cumprir da legislação através de fiscalização efetiva, punição devida e compensações ambientais.

Atualmente Bonito sofre pressão constante para implantação de megas empreendimentos o que vem de encontro ao turismo de massa e é possível perceber que a maior parte dos empresários almejam este filão de mercado – visão a curto prazo com retorno

do investimento rápido – isto também vale, salvo raras exceções, para agências e guias onde estes arrecadam mais quanto maior o número de clientes atendidos.

Os acessos aos atrativos são os mesmos utilizados pelos munícipes na lida diária e as estradas, em sua maioria, pelo seu estado de conservação, parecem serem preparadas para veículo com tração nas quatro rodas, pois para os carros de passeio as estradas estão em péssimo estado, falta planejamento durante a implantação dos acessos e com manutenção precária e ultrapassada. É preocupante também o acesso ao interior de algumas propriedades (muitas cercas, além da implementação da atividade sem critérios técnicos).

Apontada na pesquisa a urgência de adaptação de infra-estrutura para portadores de necessidades especiais que contemplem a área urbana (inclusive escolas), balneários e propriedades rurais, o planejamento do turismo precisa levar em conta não só o bem estar do turista mas sim de todos os envolvidos e dos nichos de mercado.

Novas áreas de lazer para a população precisam ser criadas pois há somente uma praça, a central, e até o momento não foi implantado nenhum projeto de arborização urbana o qual deve compreender estas áreas de lazer (praças, parques) bem como considerar o Plano Diretor (matas ciliares dos córregos urbanos, áreas públicas doadas pelos empreendedores de condomínios, área definida para atividades culturais etc.).

Relatada na pesquisa como uma ameaça a ausência de Estudo de Impacto Ambiental (EIA) para a atividade – na verdade os atrativos corretamente licenciados são obrigados a monitorar suas atividades e durante o processo de licenciamento devem ser estudados os possíveis impactos ambientais, bem como sócio-econômicos por uma equipe de multiprofissionais, além do parecer do órgão licenciador competente – IMAP- SEMA. Este deverá promover uma fiscalização efetiva com punições necessárias. Ressalta-se a importante participação do Ministério Público Estadual durante o processo.

A carência de organização e sensibilização sobre o destino adequado dos resíduos sólidos (lixo) foi apontada como uma frte deficiência – O município encontra-se em um processo contínuo e permanente iniciado em 2001. Atualmente os catadores já estão

organizados (momento de formalização da cooperativa) e a área do depósito de lixo utilizada a mais de 30 anos pela Prefeitura deixou de ser lixão para se transformar em aterro controlado. Cabe ressaltar a utilização da UPL desde o final de 2003 pelos próprios catadores para a triagem e prensagem dos materiais recicláveis coletados no próprio depósito de lixo, em dois pontos voluntários da cidade e uma pequena parte em caminhão próprio que circula somente no centro da cidade.

Considerada uma deficiência pelo respondentes deste estudo o tratamento de efluentes e o sistema de esgoto ineficiente e insuficiente – mas quando comparando com outros municípios brasileiros, Bonito está a frente no quesito saneamento básico, porém tratando-se de um destino ecoturístico há muito à fazer. A rede coletora de esgoto ainda é insuficiente, há necessidade de corrigir ligações de rede de água pluvial juntamente com as de esgoto, inibir e extinguir as ligações clandestinas (esgoto *in natura* caindo nos córregos e pelas ruas da cidade), além da Estação de Tratamento de Esgoto possuir um sistema ineficiente e insuficiente para a demanda e a realidade atual e esta localizado bem próximo do centro da cidade. A Petrobras esta investindo no município através de um projeto que tem por objetivo 100% de rede coletora de esgoto (mas não significa que todos irão ligar suas casas a rede de esgoto, se não houver uma fiscalização e obrigatoriedade) e uma nova Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) com alta eficiência podendo inclusive destinar à irrigação seus efluentes. A existente possui um sistema que utilizam baias de gramíneas onde pode-se perceber visivelmente o escoamento do que não pôde ser tratado caindo diretamente no córrego urbano próximo, este por sua vez é afluente do rio Formoso.

Escassez de estudo e pesquisa – Este foi um dado apontado pelos entrevistados e que não condiz com o que se percebe no meio acadêmico. Pela rica possibilidade de pesquisas, muitos trabalhos científicos foram desenvolvidos sobre a região, porém os dados não são centralizados em um banco de dados para a respaldo a formação de um sistema de informações, pois o que ocorre na realidade é que na maioria das vezes os resultados destes trabalhos não retornam para o município. O conhecimento está fragmentado com dados e resultados das pesquisas esparsos. Carece de uma central onde se possa reunir as pesquisas sobre o município e disponibiliza-las a quem possa interessar.

Exclusão social – O turismo quando explorado sem planejamento ou controle além de explorar indevidamente o ecossistema, não almeja o bem estar da comunidade– a questão é até que ponto esta comunidade pode ser inserida na atividade? Ações de valorização e que busquem incluí-la na atividade - o que pode ocorrer de maneira direta ou indireta – contribuirão para que fomenta a melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos. Ressalta-se como exemplo a relação do comércio com o artesanato onde deve haver um incentivo para a produção local de qualidade, utilizando matéria prima de fontes renováveis, como a palha, sementes, o papel reciclado, bem como as embalagens que possam ser reaproveitadas, evitando assim o esgotamento dos recursos, como ocorre com a cerâmica indígena, matéria prima que se extrai apenas uma vez.

A educação é o “esteio do meio” na formação de uma nação, lugares dizimados por guerras como o Japão, por exemplo, ao buscar sua reconstrução encontrou na educação o caminho para a prosperidade. É apontado pelos respondentes como preocupante o precário estado da rede de ensino, seja pelo número insuficiente de escolas, deficiência da infraestrutura e má conservação dos mesmos, alguns apontam que o planejamento arquitetônico dos estabelecimentos não foram levados em conta na construção de edificações, o não cumprimento efetivo do calendário escolar, material didático ultrapassado, baixa qualificação e formação precária de muitos educadores e gestores da educação municipal, além da ausência de processos de avaliação e de programas de formação continuada para educadores e coordenadores pedagógicos.

O estudo elaborado sobre a região pela pesquisadora no ano 2000, já havia levantado que a saúde no município oferece serviços precários, com um número de médicos insuficientes, ausência de diversas especialidades imprescindíveis, além da pouca importância e a falta de visão sobre a relevância do sistema de saúde para a atividade turística. É preocupante, pois a tipologia turística da região se respalda nos esportes radicais ou de aventura com grande possibilidades de acidentes.

4.1.2 Ameaças

Os passivos ambientais que vem ocorrendo pela exploração incorreta dos frágeis ecossistemas locais é resultado da deficiência na fiscalização, falta de conhecimento e visão administrativa dos proprietários além de “vistas grossas” dos seus governantes. Mas ações como as do Promotor de Justiça do Estado, Luciano Furtado Loubet, que implantou o projeto Formoso Vivo, o qual corresponde a correção dos diferentes passivos ambientais de todas as propriedades levantadas na bacia do rio Formoso dentro do município a partir de um amplo diagnóstico da situação atual. Com o intuito de buscar soluções para os problemas levantados nas propriedades, em relação as questões ambientais, o Promotor de Justiça determinou o termo de ajuste de conduta como instrumento legal a ser firmado com cada proprietário rural para que estes, com prazos determinados, possam corrigir seus passivos ambientais e buscar minimizar os impactos oriundos da exploração econômica. Cabe destacar que esta iniciativa já está sendo praticada nas propriedades encontradas também em outros cursos d’água da região da Serra da Bodoquena e ocorre entre a pareceria do poder publico, da iniciativa privada e as ONGs locais.

Uma ameaça destacada pelos respondentes é a criação de novos empreendimentos imobiliários, porém se for levado em conta o Plano Diretor acredita-se que possa ser equalizada a ocupação com a conservação, pois o processo ocorre concomitantemente a atividade turística e independe dela, ou seja a expansão das áreas urbanas é um processo natural das cidades e está intimamente ligada as atividades econômicas.

O Aeroporto de Bonito, na realidade considerado ainda um aeródromo, foi inaugurado em 2004 causando grandes expectativas para os empreendedores e munícipes, apesar da grande polêmica gerada pelos ambientalistas devido a ausência de um Estudo de Impacto Ambiental (EIA), bem como de seu Relatório de Impacto do Meio Ambiente (RIMA). E como ocorre no ciclo de vida do turismo, na fase de consolidação da atividade os moradores não percebem ainda grandes mudanças, mas para o turismo, principalmente nos finais de semana, quando confirmados, são “fechados” por pacotes privilegiando alguns empresários do setor. Este fenômeno justifica a consideração de que em Bonito o destino turístico se solidifica e o fenômeno se institucionaliza.

O apontamento de uma ameaça ser o aumento da produção de resíduos sólidos e efluentes é intimamente proporcional ao aumento populacional, inclusive a população flutuante.

Dentre os novos habitantes há que se considerar a população flutuante que se forma em períodos de alta estação turística. A deficiência apresentada na infra-estrutura de Bonito afeta a todos, população local e turistas. Em períodos de maior incidência de visitantes a cidade vive momentos críticos manifestados através da falta de água potável, mau cheiro exalado por esgotos à céu aberto, exposição de resíduos sólidos, filas em estabelecimentos comerciais de primeiras necessidades (padarias, restaurantes etc.), entre outros problemas comuns em localidades turísticas pouco estruturadas (VARGAS, 2001, p. 136).

O volume gerado diariamente em Bonito é alarmante: aproximadamente 18 toneladas de resíduos sólidos (lixo), podendo dobrar em alta estação turística. (Dados Secretaria Municipal de Meio Ambiente 2005). Em 2001 iniciou-se um processo de implantação de coleta seletiva de lixo visando beneficiar os catadores de recicláveis com a ativação parcial da Unidade de Processamento de Lixo (UPL) por meio de um programa de Educação Ambiental e readequações no depósito de lixo municipal. Atualmente, o “lixão” transformou-se em aterro controlado, a UPL continua em operação pela maior parte dos catadores e o programa de Educação Ambiental coordenado pela ONG Amigos do Brasil Bonito está em desenvolvimento contínuo.

Observa-se que a população local percebe o oferecimento de alimentos inadequados aos animais silvestres (ceva) como uma ameaça, em Bonito estão domesticando os peixes, aves e mamíferos da região contribuindo com o desequilíbrio ecológico além de causar obesidade e problemas nutricionais na fauna silvestre.

A criação de fauna e flora exóticas foi apontada como um malefício aos ecossistemas do local. Sabe-se que nas proximidades existem criações de avestruz, pavões principalmente de peixes exóticos, podendo causar um grande dano ao ambiente aquático pela possibilidade de migrarem para os cursos d'água mais próximos e competirem com as espécies nativas da região. Já o que ocorre na área urbana, não é diferente, sem qualquer

planejamento de arborização e paisagismo, depara-se com espécies arbóreas exóticas, como por exemplo o *flamboyant*, além de diversos animais perambulando pelas ruas, cujo esgoto corre à céu aberto, podendo causar inúmeras zoonoses e problemas de saúde pública.

Assinalado como um fator de risco e que deve ser visto com maior atenção são os córregos urbanos desprotegidos (Bonito, Restinga e Saladeiro). Apesar das suas matas também serem áreas de preservação permanente (reduzida de 50m de cada margem para 30 m recentemente), em alguns pontos, as áreas que deveriam estar conservadas não passam dos 5m de largura, inclusive com a presença de invasões (barracos), esgotos clandestinos e depósitos de entulho.

Ressalta-se a importância da conservação dos córregos urbanos (afluentes do rio Formoso), não somente pela melhoria da qualidade de vida dos moradores, mas também pela proteção do rio Formoso, principal destino turístico dos visitantes de Bonito.

As irregularidades no licenciamento de diferentes atividades econômicas sob responsabilidade dos órgãos estaduais e federais foram consideradas uma ameaça à exploração do turismo. A falta de fiscalização e ações que combatam a impunidade devem ser incrementadas, porém já existem alguns exemplos bem sucedidos (Promotoria de Justiça, alguns empresários e o IMAP-SEMA).

O turismo sexual apontado pelos respondentes desta pesquisa como ameaça à exploração da atividade ocorre em maior destaque nas proximidades do Distrito Águas do Miranda, pequena vila de pescadores com decadente atividade de turismo de pesca. A prostituição não ocorre só desta maneira, mas também quando o turista chega a localidade e “fica” com o morador local não deixa de ser um tipo de prostituição e pior de ambas as partes.

4.1.3 Pontos fortes e Oportunidades

O *voucher* único foi citado como o maior ponto forte da atividade, porém necessita das interpretações dos dados e fiscalização competente por parte dos próprios frequentadores: guias, turistas, agenciadores etc. Contudo é considerado um bom exemplo de

controle, destacando a relevância de maiores estudos principalmente na definição de capacidade de suporte para cada atrativo além de ser uma ferramenta para gerar dados estatísticos que darão respaldo para a atividade.

A elucidação da população quanto ao turismo foi apontada como uma questão positiva, entretanto uma parcela significativa da comunidade local não tem conhecimento sobre o que está acontecendo em seu próprio habitat. Percebe-se que grande parte das pessoas que vivenciam diretamente a atividade são esclarecidas sobre a questão, no entanto a periferia aparenta viver um mundo “a parte” de Bonito. O processo de enfavelamento levantado pela pesquisadora em estudos anteriores se intensificou na periferia da cidade principalmente na saída para o município vizinho de Bodoquena e na direção de áreas destinadas para a instalação de indústrias no município.

O Instituto de Ensino Superior da Funlec (IESF), instalado no município que oferece curso de graduação em turismo e administração rural é um ponto positivo apesar de haver dificuldade na continuidade por falta de alunos. A elevada porcentagem dos funcionários com curso superior apontada pela pesquisa pode estar correlacionada com este item.

Como levantado anteriormente o surgimento de ações da sociedade civil organizada, tais como das ONGs: Associação Amigos do Brazil Bonito, Instituto das águas da Serra da Bodoquena, Fundação Neotrópica e Fundação Vida Bonito) podem ser consideradas oportunidades, pois se enquadram dentro das ações que buscam o desenvolvimento sustentável por meio da educação sócio-ambiental e da conservação da natureza.

A implantação do Parque Nacional da Serra da Bodoquena promoverá uma diversificação de atrativos, aliviando os ecossistemas que atualmente sofrem pressões de exploração. Na verdade, quando for aberto a visitação pública, o que poderá levar ainda alguns anos, acredita-se que será criado um cenário de oportunidades ligadas às questões sócio-econômicas da região. Surgirá uma nova categoria profissional, o condutor de visitantes, o qual poderá ser um peão, um índio, um estudante ou um guia capacitado para tal pelo IBAMA, proporcionará uma opção economicamente viável de turismo para pessoas de

baixa renda, fomentará pesquisas científicas e principalmente, pelo fato da sua criação não estar ligada à exploração comercial por tratar-se de uma área pública pertencente a todos os brasileiros, oportunizará a comunidade local conhecer as belezas cênicas dos ambientes naturais da região da Serra da Bodoquena. Diferentemente da maior parte dos atrativos turísticos naturais localizados dentro de áreas particulares que se apropriam e exploram comercialmente as riquezas naturais, com ou sem responsabilidade sócio-ambiental.

Destaca-se a falta de conhecimento da população sobre os diversos sítios turísticos de Bonito, pois a maioria dos munícipes visitam somente o Balneário Municipal – além do Monumento Natural da Gruta do Lago Azul, é o único local de uso público existente onde a comunidade não paga para visitar. Com raras exceções, alguns proprietários de atrativos turísticos autorizam a entrada de visitantes da cidade ou oferecem cortesia quando solicitado, mas somente em baixa temporada. Apenas o Projecto Vivo Ecoturismo, já citado anteriormente, desenvolve um programa contínuo de visitação ao sítio turístico através de estudos do meio para professores e alunos da rede de ensino de Bonito sem qualquer ônus aos participantes.

CONSIDERAÇÕES

O turismo atualmente é um grande consumidor da natureza, pois nas últimas décadas ocorreu uma "busca pelo verde" e a fuga dos grandes conglomerados urbanos pelas pessoas, no intuito de recuperar o equilíbrio psicológico ao permanecer em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer.

O fenômeno turístico aqui estudado é decorrente do crescimento da demanda na região da Serra da Bodoquena, mais precisamente no município de Bonito. Isso ocorre pelo ecossistema inusitado ali existente e que no presente é o sonho de consumo dos indivíduos que residem em áreas que já ocorreram processos de urbanização onde os ambientes construídos sobrepõem-se abusivamente ao natural, impondo ao homem a convivência com fatores como insegurança e problemas de saúde que o induzem o retorno ao lúdico, ao natural.

Numa região exuberante com forte potencialidade para o turismo de lazer, aventura, ecoturismo, entre tantas outras opções, há que se ressaltar a fragilidade deste ecossistema. Urge a execução de um plano regional de desenvolvimento turístico adequado, baseado nos pilares: ecologicamente correto, auto-sustentável, economicamente viável e eticamente aceitável, caso isso não ocorra, este produto, sem monitoramento, pode ser comprometido e causar danos irreparáveis, ao meio ambiente, ao social e cultural.

Atualmente, a região vem desenvolvendo ações para a implantação do PRODETUR/SUL-MS que é um programa para dar suporte ao desenvolvimento sustentável do turismo da Serra da Bodoquena. Para isso foi concebido o PDITS, Plano de Desenvolvimento Institucional do Turismo Sustentável, documento de planejamento que norteia o PRODETUR/SUL-MS, no qual estão previstas as ações que deverão ser investidas com recursos do programa oriundos do estado de Mato Grosso do Sul, dos municípios de

Bonito , Jardim e Bodoquena, do Ministério do Turismo e do Banco Interamericano de Desenvolvimento, o BID.

Essas ações estão classificadas em 5 componentes: fortalecimento institucional para se aproveitar dos benefícios do turismo; conservação dos recursos importantes para o turismo; fortalecimento da gestão empresarial do turismo; infra-estrutura para o turismo e sistema de informações turísticas.

Quando se busca pontuar os problemas do PRODETUR/SUL-MS, esbarra-se nas quase 70 ações, que para realmente acontecerem será necessário o “afinamento” das três esferas de poder envolvidos, tanto a municipal, a estadual e a união. Percebe-se hoje, que algumas destas ações são lentas devido a falta de articulação entre os poderes, seja por motivo de rivalidade política, seja por inexperiência neste tipo de financiamento, seja por questões de relacionamentos pessoais. Exemplo disso são as ações que Bonito deve coordenar. Mesmo com os recursos garantidos, o município nem sempre se demonstrou empenhado para o desenvolvimento do programa.

Algumas oficinas e reuniões foram realizadas entre os municípios e a UCE (Unidade de Coordenação Estadual) contudo, nem sempre o resultado foi satisfatório no sentido da sensibilização para o programa . Vale lembrar que a região já foi objeto de outro programa internacional que não se teve êxito, o Programa Pantanal, o qual somente criou expectativa de governantes e da população em geral. Logo o PRODETUR carrega a imagem deste programa, mesmo sendo um programa bastante diferenciado, tanto no volume de investimentos ou mesmo nos objetivos principais no caso da manutenção da atividade turística na Serra da Bodoquena.

Para fundamentar um programa da envergadura do PRODETUR seriam necessários pesquisas bastante detalhadas da realidade da região, identificando com olhar técnico os principais gargalos para o seu desenvolvimento, de forma a trabalhar para solucionar ou minimizar os problemas levantados neste estudo. No caso do PRODETUR/SUL-MS as informações disponíveis são bastantes dispersas e estão calcadas principalmente nos dados do *Voucher* único, em trabalhos acadêmicos já realizados na área e

ainda num trabalho do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) do início dos anos de 1990. A insuficiência de dados é evidente, motivo pelo qual o Ministério do Turismo está desenvolvendo um sistema de informações em parcerias com outros órgãos da união.

Os recursos destinados para a elaboração do programa são da ordem de 300 mil reais, e o Governo entra com 30%. O restante está sendo financiado pelos parceiros, sendo de fundamental importância à participação das universidades e prefeituras. Acredita-se que num futuro próximo poderá se ver nas leis orgânicas municipais um Plano Diretor de Turismo adequado, com leis de uso e ocupação do solo, melhorando a qualidade de vida da população local protegendo-as contra a poluição sonora, visual e do meio ambiente. Os pesquisadores estão monitorando o turismo na busca de soluções para um melhor desenvolvimento com o intuito de propor alternativas para o incremento deste setor a curto, médio e longo prazos.

Em relação à preservação da identidade histórica, artística e cultural do município propõe-se o aprimoramento das leis estaduais e municipais já existentes. Há necessidade de preservar os usos e costumes da população, como por exemplo, dos índios, que estão à margem do processo de desenvolvimento do turismo sustentável de Mato Grosso do Sul. É preciso buscar a viabilização de processos que garantam a sobrevivência das comunidades indígenas com um planejamento cuidadoso pois, se a proposta fugir a estas regras não tratará o assunto com cunho social, e em consequência, não contemplará todos os segmentos.

Por fim, salienta-se que as idéias de sustentabilidade no turismo só podem ser alcançadas com leis que disciplinem, organizem e contemplem da melhor forma possível a todos, ou seja, a população, os empresários, o poder público e o meio ambiente, pois não se pode dar continuidade aos erros que ocorreram no passado e muitos ainda estão sem solução na região.

A exploração do turismo, de maneira racional e que dê sustentabilidade ao setor, respalda-se na sensibilização de todos os envolvidos com a atividade e o equilíbrio entre a economia e o respeito aos limites da capacidade de suporte das atividades com o meio ambiente, indo de encontro a essência do desenvolvimento local que é o entendimento sobre o equilíbrio entre fatores exógenos e endógenos no processo de delimitação, mobilização e

ativação de comunidades locais e a maneira de pensar e atuar dos agentes externos no contexto de desenvolvimento local genuinamente endógenos.

Este estudo não finaliza aqui, as ações continuam acontecendo no local, sabe-se que pesquisas científicas precisam continuar existindo para que as gerações futuras possam usufruir deste local onde o silêncio não dura mais que um minuto e nem os olhos se cansam de ver seu espetáculo.

REFERÊNCIAS

ABU-EL-HAJ, J. O debate em torno do capital social; uma revisão crítica. **In:** Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais – BIB, Rio de Janeiro, n.47, p. 65-79, 1. sem. 1999.

ANDRADE, José V. **Turismo – fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática S.A., 1995.

ANDRADE, Manuel Correia de. Territorialidades, desterritorialidades, novas territorialidades: os limites do poder nacional e do poder local. **In:** SANTOS, Milton; SOUZA, M. Adélia de; SILVEIRA, Maria Laura. Território, globalização, fragmentação. São Paulo: Hucitec/ANPUR, 1996.

AULICINO, Madalena Pedroso. Algumas implicações da exploração turística dos recursos naturais. **In:** Turismo e ambiente; reflexões e propostas. RODRIGUES, A. B. São Paulo: Hucitec, 1999, p. 29.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do Turismo**. Campinas: Papirus, 1995.

BEHR, M. F. **Serra da Bodoquena: história, cultura, natureza**. Campo Grande: Free, 2001.

BISSOLI, M. A.M. A. **Planejamento turístico municipal, com suporte em sistemas de informação**. São Paulo: Futura, 1999.

BOGGIANI, Paulo César. Ciência, meio ambiente e turismo em Bonito: A combinação que deu certo. **In:** BADUCCI Junior, Álvaro; MORETTI, Edvaldo César. Qual Paraíso?: Turismo e meio ambiente em Bonito e Pantanal. Campo Grande, MS: Chronos/UFMS, 2001, p.163.

_____. Questão do licenciamento ambiental de empreendimentos turísticos no Planalto da Bodoquena – MS. **In:** Revista de Geografia. Campo Grande: ano 5, n.9, p.24, jan de 1999.

BOZZANO, Horácio. **Territorios reales, territorios pensados, territorios posibles**. Buenos Aires, Espacio Editorial, 2000, 263p.

CAMPESTRINI, Hildebrando, GUIMARÃES, Acyr Vaz. **História de Mato Grosso do Sul**. Campo Grande: Gráfica e Papelaria Brasília, 1995.

CARMO, Evanice Silva. Análise comparada da evolução dos sítios turísticos: Santos (SP) e Balneário Camboriú (SC). **In: Visão e Ação**. Itajaí, ano 2, nº 4, p. 71, fev 1997.

CASTRO, Celso Antonio Pinheiro de. **Sociologia aplicada ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2002.

CUNHA, Luiz Alexandre Gonçalves. **Confiança, Capital social e desenvolvimento territorial**. Curitiba: UFPR, 2000.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas e pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinado. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. Disponível em: www.embratur.gov.br, 2005.

FENNELL, David. **Ecoturismo**. Tradução de Inês Lohbauer. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo Contexto).

FERREIRA, A. B.H. **Novo dicionário da Língua Portuguesa**: dicionário de sinônimos Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

HALL, Michael Colin. **Planejamento Turísticos**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução de Edite Sciulli - São Paulo: Contexto, 2001. (Coleção Turismo Contexto).

HOUAISS, Antônio. VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Acesso a internet site www.ibge.com.br 12/01/05.

MARIANI, Milton Augusto Pasquotto. **Geografia e turismo no paraíso das águas: o caso de Bonito**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2001.

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

MENEZES, F. O., FELICIANO G. A. D. AMARAL, M. M. L. S. **Análise comparativa da evolução dos sítios turísticos de Bonito e Bodoquena**. Monografia apresentada ao Curso de Especialização “Lato Sensu” em Administração de Turismo e Lazer. UCDB, 2002.

MENEZES, Fany de Oliveira. **O município de Bodoquena – MS: uma análise do turismo como instrumento de auxílio para o desenvolvimento local**. Dissertação de Mestrado, UCDB, 2004

MOESH, Marutschka. A produção do saber turístico São Paulo: Contexto, 2000.

MOESH, Norma Martine. Turismo: Virtudes e pecados. **In:** GASTAL, Susana (org). Turismo: 9 propostas para um saber – fazer. Porto Alegre: Edipucris, 2002.

MOURA, Suzana. A gestão do desenvolvimento local: estratégias e possibilidades de financiamento. Obtido em <http://nutep.adm.ufrgs.br/pesquisas/DesenANPAD.html>. Acessado em: 15/06/03 às 21:35m.

QUEIROZ, Odaléia Telles Marcondes Machado. Ecoturismo em Bonito – MS: um espaço em processo de massificação. **In:** Revista Turismo & Desenvolvimento. Campinas-SP: UNIOPEC/Editora Átomo, 2001. Vol. 1, nº 1, 21-26.

RIBEIRO, Marcelo. A atratividade dos centros urbanos e o turismo. **In:** GASTAL, Susana (org). Turismo: 9 propostas para um saber – fazer. Porto Alegre: Edipucris, 2000.

ROSS, Glenn F. Psicologia do Turismo. Tradução Dinah Azevedo. São Paulo: Contexto, 2001.

RUSCHMANN, Dóris van de Meene, Glossário do Programa de Pós Graduação em Turismo e Hotelaria. **Visão e Ação**. Itajaí, ano 2, nº 4, fev. 2000.

_____. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1999.

SABINO, José. A fauna das águas claras de Bonito. **In:** Revista Galileu. Rio de Janeiro, ano 11, nº 122, p. 64-67, set 2001.

SOUZA, Paulo Robson de, (Org) et alii. **Nos jardins submersos da Bodoquena**: guia para identificação de plantas aquáticas de Bonito e região. Campo Grande: UFMS, 1999.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo. Campinas, SP: Papirus, 1998.

VALLANDRO, Leonel. Dicionário ingl/port. Port/ingl. 15ª edição, São Paulo: Globo, 1991.

VARGAS, Icléa Albuquerque de. A gênese do Turismo em Bonito?. **In** BANDUCCI, Álvaro Junior; MORETTI, Edvaldo César. Qual Paraíso? São Paulo: Chronos: Campo Grande: Universidade Federal, 2001.

VEIGA, José Eli da. Nem tudo é urbano. **In:** Ciência e Cultura, ano 56, N. 2, abr.-jun. 2004, pp. 26-29. disponível no site: www.econ.fea.usp.br/zeeli/ Acessado: 29.09.05.

VERHELST, Thierry G. **O direito à diferença**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas**. São Paulo: Contexto, 2001.

APÊNDICE A

MODELO DE QUESTIONÁRIO PARA AS AGÊNCIAS

Nome Fantasia: _____

Razão Social: _____

End.: _____

Telefone: _____ Fax: _____

Site: _____ e-mail: _____

CNPJ: _____ Inscrição Municipal: _____

Data de Fundação: _____ Reg. Embratur: _____

Sede Própria ou alugada?: _____

1) N° de funcionários:

	Cargo	Idade	Sexo	Grau de escolaridade	Remuneração Mensal	Registrado no INSS
Func. 01						
Func. 02						
Func. 03						
Func. 04						
Func. 05						
Func. 06						
Func. 07						
Func. 08						

2) A empresa incentiva a qualificação do seu quadro funcional?

() Sim () Não

De que forma: () Custeando parte do curso.

() Disponibilizando tempo para a realização de curso.

3) A empresa participa ou colabora com alguma ação social?

() Sim () Não

APÊNDICE B

MODELO DE QUESTIONÁRIO PARA O SETOR DE TRANSPORTE

1. Há quanto tempo a empresa existe?

2. Qual é o tipo de transporte utilizado?

☐ Van ☐ Microônibus ☐ Ônibus ☐ Carro ☐ Moto

3. Os veículos são financiados?

☐ Sim ☐ Não

4. A empresa tem prédio próprio?

☐ Sim ☐ Não

5. Quantos motoristas são efetivos na empresa?

☐ 1 a 2 ☐ 3 a 4 ☐ mais de 4, quantos ()

6. A empresa proporciona aos motoristas qualificação profissional?

☐ Sim ☐ Não

7. Qual a média salarial dos motoristas, em salário mínimo?

☐ 1 a 3 ☐ 3 a 5 ☐ mais de 5

8. A empresa coopera com alguma entidade filantrópica ou assistencial?

☐ Sim ☐ Não

9. Existe na empresa alguma pesquisa de satisfação do turista em relação aos serviços prestados?

☐ Sim ☐ Não

10. Como empresário do transporte, o que acha da evolução turismo em Bonito nos últimos anos e quais são as tuas perspectivas para os próximos anos?

APÊNDICE C

MODELO DE QUESTIONÁRIO PARA OS ATRATIVOS TURÍSTICOS

Nome Fantasia: _____

Razão Social: _____

End.: _____

Telefone: _____ Fax: _____

Site: _____ e-mail: _____

CNPJ: _____ Inscrição Municipal: _____

Data de Fundação: _____ Reg. Embratur: _____

3) N° de funcionários:

	Cargo	Idade	Sexo	Grau de escolaridade	Remuneração Mensal	Registrado no INSS
Func. 01						
Func. 02						
Func. 03						
Func. 04						
Func. 05						
Func. 06						
Func. 07						
Func. 08						

4) A empresa incentiva a qualificação do seu quadro funcional?

() Sim () Não

De que forma: () Custeando parte do curso.

() Disponibilizando tempo para a realização de curso.

3) A empresa participa ou colabora com alguma ação social?

() Sim () Não

APÊNDICE D

MODELO DE QUESTIONÁRIO PARA A HOTELARIA

Nome Fantasia: _____

Razão Social: _____

End.: _____

Telefone: _____ Fax: _____

Site: _____ e-mail: _____

CNPJ: _____ Inscrição Municipal: _____

Data de Fundação: _____ Reg. Embratur: _____

5) N° de funcionários:

	Cargo	Idade	Sexo	Grau de escolaridade	Remuneração Mensal	Estado Civil	Tempo de serviço
Func. 01							
Func. 02							
Func. 03							
Func. 04							
Func. 05							
Func. 06							
Func. 07							
Func. 08							

6) Há quanto tempo reside no município?

7) A empresa incentiva a qualificação do seu quadro funcional?

() Sim

() Não

De que forma: () Custeando parte do curso.

() Disponibilizando tempo para a realização de curso.

4) A empresa participa ou colabora com alguma ação social?

() Sim

() Não

ANEXO A

FLUXO DE VISITAÇÃO

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE BONITO – MS

PERÍODO: 1996 – 2005

FUNDTUR / GPPDT / GSIE CGR 27/01/2006

VISITAÇÃO AOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE BONITO – MS

QUANTITATIVO – PERÍODO 1996 – 2005

ANO	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
JAN	12.909	25.426	28.479	24.081	31.300	29.867	34.242	36.691	37.391	35.002	295.388
FEV	9.206	14.301	14.994	12.955	9.190	14.457	14.929	10.404	22.334	19.600	142.370
MAR	3.025	8.975	5.651	7.993	15.416	7.403	14.873	18.813	10.305	12.408	104.862
ABR	5.881	6.264	9.548	13.100	13.156	12.550	9.351	19.936	14.697	11.616	116.096
MAI	3.772	8.911	5.439	8.761	6.376	5.861	10.055	11.019	9.145	9.702	79.041
JUN	5.100	2.821	5.249	7.751	7.223	6.362	7.305	11.021	8.026	5.977	66.835
JUL	17.845	23.219	22.257	32.739	25.728	25.011	33.910	33.235	28.452	32.005	274.401
AGO	7.393	7.343	5.760	10.285	10.178	10.357	13.097	12.543	12.353	15.151	104.460
SET	7.890	8.019	12.025	19.187	14.344	14.787	14.038	19.482	19.137	19.207	148.116
OUT	12.143	12.759	13.695	20.204	16.716	19.085	21.930	20.285	23.342	19.072	179.231
NOV	8.802	9.042	7.925	15.168	11.804	14.703	19.413	12.441	15.287	18.128	132.713
DEZ	12.675	15.307	14.257	14.139	14.523	17.626	23.686	22.983	22.250	21.664	179.110
TOTAL	106.641	142.387	145.279	186.363	175.954	178.069	216.829	228.853	222.719	219.532	1599.904
FLUXO ESTIMADO	35.547	47.463	48.427	62.121	58.652	59.357	72.277	76.284	74.240	73.177	607.546
ÍNDICE CRESCIM.	-	+ 33,520	+ 2,030	+ 28,280	- 5,916	+ 1,203	+ 21,767	+ 5,544	- 2,753	-1.44	

Nota 1: Estimativa de Fluxo considerando que cada turista visita três atrativos, em média.

Fonte: Levantamento realizado através do Voucher Único.

Secretaria Municipal de Turismo de Bonito – Central do ISSQN – 20-01-2006.

Nota 2: Atrativos e atividades realizadas / 2005

Gruta do Lago Azul: trilha / caverna; Reserva Ecológica Baía Bonita (Aquário Natural): trilha / flutuação / piscina natural / observação flora/fauna; Recanto Ecológico Rio da Prata: flutuação/ mergulho autônomo / equitação ecológica / trilha / observação da flora/fauna; Estância Mimosa Turismo Rural: cachoeira / trilha / equitação ecológica / observação flora/fauna; Rio Sucuri: flutuação / piscina natural / cachoeira / trilha / equitação ecológica / mountain bike / quadriciclo; Balneário Municipal: piscina natural / restaurante; Cachoeiras Rio do Peixe: cachoeira / observação da flora/fauna / trilha; Passeios de Bote: Bote Iberê; Bote Ygarapê; Bote Natura; Bote Boni ; Bote Murilo; Bote Karaja ; Hotel Cabanas: bóia cross ; Balneário do Sol: cachoeira / flutuação / trilha / observação flora/fauna / piscina natural; Grutas de São Miguel: caverna / observação flora/fauna / trilhas; Praia da Figueira: Day Use; Boca da Onça: cachoeiras / rapel / trilhas / piscina natural; Fazenda Cachoeira (Hotel): piscina natural / passeio de bote / cachoeiras / observação da fauna/flora / trilhas / equitação ecológica / mergulho autônomo / bóia cross; Buraco das Araras: trilhas / observação flora/fauna; Parque das Cachoeiras: cachoeiras / observação da flora/fauna / trilha; Barra do Sucuri: piscina natural / passeio de bote / flutuação / observação flora/fauna / trilha; Bonito Aventura: flutuação / trilha / observação flora/fauna; Fazenda Ceita Corê: cachoeiras / mergulho autônomo / caverna / trilha / equitação ecológica; Balneário Monte Cristo: cachoeira / piscina natural / observação flora/fauna / trilha; Ybirá Pê: Canopy Tour Brás; Circuito Arvorismo; Abismo Anhumas: mergulho autônomo / flutuação / rapel / caverna; Rio Aquidaban: cachoeiras / trilhas / observação da fauna/flora / piscina natural; Mergulho Aut. Abis – Yga; Projecto Vivo: passeio de bote / equitação ecológica / trilha / observação flora/fauna; Eno Bókoti: cachoeira / flutuação / trilha; Torre de Rapel Wetega; Ilha do Padre; Safári em Bonito; Quadriciclo Crisval; Pq. Ecológico Cavalgada; Fazenda San Francisco (Day Use): trilha / Observação flora/fauna / equitação ecológica; Balneário Barra Bonito; Lagoa Misteriosa: piscina natural / mergulho autônomo / observação flora/fauna / trilha / flutuação; Safári Noturno Bto; Projeto Jibóia; Bóia Cross Dinho; Equitação Ecológica; Balneário Tarumã: piscina natural / trilha; Bóia Cross Júlio e o Programa de Índio: city-tour ; Rota Boiadeira : trilha.

VISITAÇÃO AOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE BONITO – MS

QUANTITATIVO – PERÍODO 1996 – 2005

SHAPE * MERGEFORMAT

Fonte de Dados: Secretaria Municipal de Turismo de Bonito – ISSQN

ANEXO B

MOVIMENTAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM - 2005

LEVANTAMENTO ATRAVÉS DO BOLETIM DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA - 2005 (Jan - Nov)												
MEIOS DE HOSPEDAGEM			MOVIMENTAÇÃO MENSAL						ESTATÍSTICA			
TOTAL REGIÃO (*)			BOH						% ENVIO BOH	TAXA DE PERMANÊNCIA	CAPACIDADE DE ALOJAM.	TAXA DE OPCUP. LEITOS
REGIÃO TURÍSTICA	MH	LEITOS	MH	LEITOS	MH	LEITOS	ENTRADAS	HOSPEDADOS				
CAMPO GRANDE	088	3.863	075	3.473	13	1.189	43.737	152.358	21.67	3.49	392.370	38.83
SERRA DA BODOQ.	107	5.385	078	4.195	12	936	14.682	47.559	15.39	3.24	308.880	15.40
PANTANAL	235	7.108	220	7.019	09	488	5.919	17.784	4.09	3.00	161.040	11.04
DOURADOS	108	5.137	040	1.886	01	133	7.184	12.209	2.50	1.70	44.280	27.60
TRÊS LAGOAS	065	3.184	042	1.969	04	315	8.706	15.342	9.52	1.76	103.950	12.12
COXIM	088	4.190	035	1.813	04	190	11.552	14.904	11.43	1.30	62.700	23.00
NOVA ANDRADINA	035	1.427	026	1.156	01	101	9.320	15.519	3.84	1.67	33.330	46.57
TOTAL	726	30.294	516	21.511	44	3.352	101.100	275.675	0.85	2.73	1.106.550	24.91

(*)¹ Segundo levantamento do setor de Fiscalização da FUNDTUR/2003; atualização em 05/09/2005.

- **Envio de BOH de 15 Municípios:** Campo Grande, Bonito, Aquidauana, Anastácio, Miranda, Corumbá, Porto Murtinho, Dourados, Três Lagoas, Aparecida do Tabuado, Chapadão do Sul, Rio Verde, São Gabriel do Oeste, Sonora, Naviraí 19.23%
- **Total de Meios de Hospedagem/municípios considerados** 516
- **Média de MH que enviaram BOH/FNRH** 44
- **Total do número de leitos** 21.511
- **TotalEntrada de Hóspedes** 101.100
- **Total Hospedados** 275.675
- **Taxa de Permanência** 2.73

ANEXO C

PESQUISA: PERFIL DO TURISTA**MUNICÍPIO:** BONITO**MÊSES DE REALIZAÇÃO:** julho e novembro/05**OBJETIVO:** identificação do perfil do turista e avaliação dos serviços prestados pelo trade local **TOTAL DE****ENTREVISTAS:** 58 (Jul.) e 79 (Nov.)

01. MOTIVO DA VIAGEM (%)		
Mês / 2005	JUL.	NOV.
Lazer / férias	96.6	90.3
Negócios & eventos	1.72	7.3
Estudo	1.72	2.4

02. LOCAL DE RESIDÊNCIA FIXA		
Outros estados	86.2	90.4
MS	1.72	-
Outros países	12.1	9.6

03. PROCEDÊNCIA		
Outros estados	53.4	75.6
MS	25.9	24.4
Mercosul	3.45	-
Sem resposta	17.2	-

04. NATURALIDADE OU NACIONALIDADE		
Outros estados	84.5	85.6
MS	1.72	-
Outros países	13.8	14.4

05. SEXO		
Masculino	43.1	44
Feminino	56.9	56

06. FAIXA ETÁRIA		
18 a 30	17.2	36.6
31 a 50	51.7	48.8
51 a 60	20.7	9.8
Acima de 60	10.4	4.8

07. GRAU DE ESCOLARIDADE		
Superior	75.9	80.5
Médio	17.2	14.6
Fundamental	6.9	4.8

08. FORMAÇÃO PROFISSIONAL		
Administrador	10.3	4.8
Advogado	6.9	15
Analista de sistemas	-	2.4
Biblioteconomia	1.72	-
Biólogo	3.45	2.4
Comerciante	-	10
Contador	-	4.8
Dentista		2.4
Do lar	6.9	2.4

Economista	-	2.4
Educação física	-	4.8
Eletrotécnico	-	2.4
Engenheiro	1.72	4.8
Imobiliária	-	2.4
Nutricionista	-	2.4
Relações públicas	-	2.4
Matemática	3.45	-
Mecânico	-	4.8
Médico	10.32	9.8
Pedagogo	3.45	2.4
Professor	1.72	10
Psicologia	3.45	-
Turismólogo	-	2.4
Outros	44.9	-
Sem resposta	1.72	4.8

09. AREA DE ATUAÇÃO		
Aposentado	12.1	12.2
Do lar	-	2.4
Empresário	10.3	9.8
Iniciativa privada	32.7	41.5
Profissional Liberal	15.5	7.3
Serviço Público	17.3	24.4
Outras	12.1	-
Sem resposta	-	2.4

10. PRIMEIRA VEZ QUE VISITA O MS?		
Não	24.2	83*
Sim	75.8	17*

***Nota:**

JULHO / 05

Em média, os entrevistados declararam ter visitado o Estado mais de 06 (seis) vezes.

NOVEMBRO / 05

Em média, os entrevistados declararam ter visitado o Estado mais de 04 (quatro) vezes.

11. CIDADE(S) VISITADA(S):
<p>Considerando que nesta categoria alguns entrevistados citaram mais de um item como resposta, a incidência de cada um foi a seguinte:</p> <p><i>JULHO / 05</i></p> <p>Bonito foi o município mais visitado, equivalendo a 46.5% dos votos. Corumbá e o Pantanal foram o segundo destino mais visitado do Estado, com um índice de 19.7%. Os municípios de Campo Grande e Bodoquena ficaram em terceiro lugar, citados por 15.5% dos entrevistados, seguidos dos municípios de Jardim e Ponta Porã, ambos com 1.4%.</p>

NOVEMBRO / 05

Bonito foi disparadamente o município mais visitado, equivalendo a **71%** dos votos. **Campo Grande** foi o segundo destino mais visitado do Estado, com um índice de **15.8%**. **O Pantanal** ficou em terceiro lugar, com **8%**, e por último, os municípios de **Miranda** e **Ponta Porã** foram citados por **2.6%** dos entrevistados.

12. FORMA DE ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM:

Agência	48.3	56
Por conta própria	50	44
Evento	1.72	-

13. COMPANHIA:

Dupla	22.4	29.2
Família	-	22
Grupo	27.6	36.6
Individual	3.45	12.2

14. O QUE O INFLUENCIOU A VISITAR O ESTADO?

Considerando-se o fato de que nesta questão alguns entrevistados citaram mais de um item como resposta, a incidência de cada um foi a seguinte:

JULHO / 05

A maior influência na decisão de visitar o Estado foi exercida por **amigos e parentes** com um índice de **46.4%**. A **Imprensa** foi citada como sendo a segunda maior influência (**20.1%**), seguida pela **Internet** (**9%**). As **revistas especializadas** influenciaram **7.2%** dos entrevistados. A **folheteria** e a influência através da participação do Estado com **estandes em eventos** empataram com **4.3%** dos votos. A divulgação através de **agências & operadoras** e a **Natureza** figuraram com **2.9%**, seguidas pela **reputação do Pantanal** (**1.4%**)

NOVEMBRO / 05

A maior influência na decisão de visitar o Estado foi exercida por **amigos e parentes** com um índice de **39.3%**. A **Internet** foi citada como sendo a segunda maior influência (**21.4%**), seguida pela **Imprensa** (**20%**). A influência através da participação do Estado com **estandes em eventos** ficou com **5.3%** dos votos. A divulgação através de **folheteria** e de **revistas especializadas** empataram com **3.5%** das respostas.

15. MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO ATÉ O ESTADO:

Avião	43.1	44
Ônibus fretado	13.8	22
Ônibus regular	6.9	4.8
Veículo próprio	34.5	29.2
Veículo locado	1.72	-

16. PERMANÊNCIA:

02 dias	7	-
03 dias	15.5	24.4
04 dias	10.3	19.5
05 dias	8.6	14.6
06 dias	8.6	7.3
01 semana	43.1	22
Acima de 01 semana	6.88	12.2

17. MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO DURANTE SUA ESTADA NO MS:

Albergue da juventude	5.2	5
Hotel / pousada	91.4	95
Casa alugada	3.4	-

18. ESTIMATIVA DE GASTO / DIA:

De R\$ 10 a R\$ 50	1.72	12.2
De R\$ 51 a R\$ 100	19	27
De R\$ 101 a R\$ 200,00	-	17
De R\$ 201 a R\$ 300	20.7	36.6
De R\$ 301 a R\$ 500	12.1	4.8
R\$ 501,00 a R\$ 700,00	38	2.4
Acima de R\$ 700,00	5.1	-
Sem resposta	3.4	-

Obs.: os resultados da questão 19 encontram-se anexos, na páginas seguintes.

20. A VIAGEM OU EXPERIÊNCIA ATENDEU SUAS EXPECTATIVAS:

Sim	100	97.6
Sem resposta	-	2.4

21. IMPRESSÕES POSITIVAS DA CIDADE:

Considerando-se que nesta questão os entrevistados podem eventualmente citar mais de um item como resposta, a incidência de cada um foi a seguinte:

JULHO / 05

Os atrativos foram considerados a principal impressão positiva de 36% dos entrevistados. A Cidade foi indicada por 27 %. A segurança com 13% dos entrevistados. A sinalização ficou com 11%. Os serviços ficaram com 7% das respostas. A simpatia e a paciência das pessoas ficaram em 6º lugar, com 4 %, seguidas pelo quesito organização (2%).

NOVEMBRO / 05

Os **atrativos** foram considerados a principal impressão positiva de **34.7%** dos entrevistados. A **Cidade** foi apontada por **16.6 %**. A **sinalização** ficou em terceiro lugar, com **12.5%** dos votos. A

segurança vem em seguida, com **8.3%**. Os **serviços** ficaram com **7%** das respostas, assim como a receptividade do povo e as belezas naturais do Município. **14%** não responderam à pergunta em questão.

22. IMPRESSÕES NEGATIVAS DA VIAGEM:

Considerando-se que nesta questão os entrevistados podem eventualmente citar mais de um item como resposta, a incidência de cada um foi a seguinte:

JULHO / 05

Os **preços** foram indicados por **18%** dos entrevistados. A **sinalização**, os **serviços** e o **transporte** representaram **12%** dos votos. As **rodovias**, a **organização**, os **serviços públicos**, o **aeroporto** e a grande quantidade de **ambulantes** na praça central, devido ao Festival, foram outros itens citados por **6%** dos entrevistados como impressão negativa.

NOVEMBRO / 05

A **cidade** ficou com **8.9%** dos votos. **6.7%** dos turistas viram na **segurança pública** um dos pontos negativos do Município. A **sinalização** representou **6.7%** do percentual total, seguida pelos **serviços**, com **2.2%**. **35.5%** dos votos, dividiu-se entre os seguintes aspectos:

- rotatórias inadequadas e inconvenientes

na Avenida Pillad Rebuá, que atrapalham

sobretudo a circulação dos ônibus de

turismo;

- calçamento irregular das ruas do centro;
- a má conservação de trechos da rodovia que dá acesso ao Município, e finalmente
- os preços praticados pelo comércio local.

40% dos entrevistados não citaram nenhum ponto negativo como resposta.

23. INDICARIA NOSSO ESTADO PARA ALGUÉM?

Sim	100	97.6
Sem resposta	-	2.4

24. PRETENDE RETORNAR?

Sim	91.4	97.6
Sem resposta	8.6	2.4

25. QUANTOS ATRATIVOS FORAM VISITADOS?

Apenas a Gruta	3.45	-
Gruta + 01	14	4.8

Gruta + 02	10.3	12.2
Gruta + 03	22.4	29.3
A Gruta e mais de 03 atrativos	41.3	51.2
02 atrativos (sem a Gruta)	1.72	-
03 atrativos (sem a Gruta)	1.72	-
Acima de 03 atrativos (sem a Gruta)	1.72	-
Sem resposta	3.45	2.4

26. QUAL A SUA OPINIAO SOBRE O ESTADO DE PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE NO MUNICÍPIO DE BONITO?

Excelente	40	58.5
Bom	46	31.7
Regular	5	2.4
Sem resposta	9	7.3

GPPDT / GSIE / Campo Grande, 13/01/06

FUNDTUR
Fundação de Turismo
de Mato Grosso do Sul

SEPROTUR
Secretaria de Estado da
Produção e do Turismo

