

OS IMPACTOS DO TURISMO EM BONITO-MS SOB O OLHAR DO SETOR PRIVADO: UM ENSAIO À LUZ DO SISTUR

Resumo: A atividade turística, assim como outras atividades econômicas, apresenta no bojo de seu desenvolvimento uma série de complexidades as quais se inter-relacionam ao longo de suas práticas, intervindo nos diversos ambientes em que o turismo é instituído. Tomando como premissa a compreensão do conjunto das relações ambientais do Sistur, este artigo tem por objetivo analisar como a atividade turística impacta nos aspectos econômicos, ecológicos e socioculturais em Bonito-MS. Para realizar tal levantamento a pesquisa buscou identificar, em três empreendimentos privados do município, de que maneira eles observam suas práticas com relação aos ambientes econômico, ecológico e cultural. Os resultados apontam aspectos convergentes e divergentes com relação à percepção dos impactos gerados pelo turismo nos estabelecimentos e na cidade.

Palavras-chave: impactos; turismo; sistema; políticas.

Abstract: Tourism activity, as well as other economic activities, presents at the heart of its development a series of complexities which are interrelated throughout its practices, intervening in the diverse environments in which tourism is instituted. Taking as a premise the understanding of Sistur's environmental relations as a whole, this article aims to analyze how tourism impacts on economic, ecological and sociocultural aspects in Bonito-MS. In order to carry out such survey the research sought to identify, in three private enterprises of the municipality, how they observe their practices in relation to the economic, ecological and cultural environments. The results point to convergent and divergent aspects regarding the perception of the impacts generated by tourism in establishments and in the city..

Key-Words: impacts; tourism; system; policies.

INTRODUÇÃO

O turismo vem se destacando como importante fonte geradora de renda e empregos de forma direta ou indireta, impactando a sociedade, a cultura e o meio ambiente. Pode-se dizer que juntamente com o crescimento do turismo vem o aumento dos impactos por ele gerados.

Segundo Ruschmann (2000, p. 34), os impactos “[...] são consequência de um processo complexo de interação entre os turistas, as comunidades e os meios receptores”. Impactos podem ser positivos ou negativos, sendo considerado como positivos os que trazem benefícios para a comunidade receptora e negativos, aquele que causa danos ao meio ambiente, na localidade e na sociedade.

No turismo os impactos “[...] referem-se à gama de modificações ou sequência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras”. Podem ser provocados por variáveis que possuem “[...] natureza, intensidade, direções e magnitude diversas; porém os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorre no meio ambiente natural” (RUSCHMANN, 2000, p. 34)

Na intenção de entender os impactos manifestados pelo turismo, o presente trabalho buscou analisar os impactos nos aspectos ecológicos, socioeconômicos e culturais de três empreendimentos privados na região de Bonito- MS. A região de Bonito, é apontada como referência nacional nas correlatas ao ecoturismo, segmento reconhecido pelas práticas baseado no mínimo impacto.

Além disso, esta região é reconhecida por suas belezas naturais, desde rios de águas cristalinas, visualização de várias espécies de animais, trilhas em matas, até cavernas com formações geológicas antigas.

Para o desenvolvimento desse estudo foi utilizado o método exploratório de natureza qualitativa, a qual, inicialmente foi desenvolvida a partir da revisão bibliográfica acerca dos temas pertinentes a problemática apresentada, tais como: sistema turístico, impactos derivados da atividade turística e o papel do poder público no gerenciamento dos impactos. A segunda etapa compreendeu o levantamento de campo, o qual foi amparado por um roteiro de entrevista, aplicado em três empreendimentos privados da região de Bonito-MS.

Por fim, realizaram-se as análises dos dados obtidos através do instrumento de pesquisa, as quais possibilitaram o desenvolvimento das reflexões pertinentes a problemática ora apresentada.

Este trabalho nos permitiu a compreensão prática dos impactos, relacionando o referencial teórico com os discursos dos entrevistados, possibilitando a reflexão sobre a importância das políticas e do planejamento para gerenciar as implicações inerentes à atividade turística.

O SISTEMA TURÍSTICO DE BENI E OS AMBIENTES QUE CIRCUNSCREVEM A ATIVIDADE

Por ser uma atividade socioeconômica e multidisciplinar, o turismo possui um sistema de estudo conhecido como Sistur, que no Brasil foi difundido por Beni (1998). Para este autor, o Sistur é considerado um sistema aberto que realiza trocas com o meio onde está inserido, e, por isso, é interdependente. Partindo deste ponto de vista, para o sistema é um conjunto de partes que interagem para atingir o mesmo objetivo, possibilitando uma visão geral.

O sistema turístico é usado como foco das disciplinas dos cursos de turismo, baseado em modelos tradicionais que relacionam a oferta e demanda turística, o destino e o destino receptor (LEIPER, 1979) ou o modelo integrado pela superestrutura, a demanda, a comunidade anfitriã, as atrações, os equipamentos e instalações, e as infraestruturas (MOLINA, 1991).

O objetivo do sistema turístico é organizar o plano de estudos da atividade de turismo, levando em consideração a necessidade de fundamentar as hipóteses de trabalho, justificar posturas e princípios científicos, aperfeiçoar e padronizar conceitos e definições, e consolidar condutas de investigação para instrumentar análises e ampliar a pesquisa, com a conseqüente descoberta e desenvolvimento de novas áreas de conhecimento do setor (BENI, 1998).

Segundo Beni (1998) o Sistur é dividido em três conjuntos: Conjunto das Relações Ambientais, Conjunto da Organização Estrutural e Conjunto das Ações Operacionais sendo que o conjunto das relações ambientais é composto por quatro subsistemas: ecológico, social, cultural e econômico.

O turismo engloba uma grande variedade de setores econômicos e disciplinas acadêmicas, porém não há apenas uma definição de turismo. Entretanto é necessária a criação de um ponto de referência (único) para elaborar boas estatísticas internacionais, pois a variedade de sistemas estatísticos dificulta a importância da atividade turística (BENI, 1998).

Em 1995 a Organização Mundial de Turismo (OMT) publicou as definições adotadas pela ONU, essas definições têm por objetivo unificar critérios e estabelecer um sistema de estatística turística que permita promover a elaboração de estatísticas turísticas representativas, oferecer conexão entre oferta e demanda e permitir a valorização justa da contribuição do turismo aos fluxos comerciais e internacionais. Desta forma, a Organização Mundial do Turismo (OMT) define Turismo como: “o conjunto das atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (OMT, 2001).

Essa definição concretiza as principais características do turismo, o motivo da viagem, tempo delimitado em no máximo um ano, descrição da atividade desenvolvida e localização da atividade turística.

Para Ignarra (2002) o estudo do turismo compreende: o turista, os prestadores de serviço, a comunidade e o governo. Vários autores procuraram conceituar o fenômeno Turismo, sendo eles: Herman Von Schulland (1910), Artur Bormann (1930), Hunzinker e Krapf (1942), Jafar Jafari (1981), entre outros (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008).

Como se vê pelo número de autores e definições existentes o fenômeno “turístico” é bem complexo e, ainda, pode ser classificado de acordo com seus diferentes segmentos, sejam eles, categorizados por região, amplitude, motivação, aspectos econômicos, demográficos ou qualquer outra categoria que interesse a determinado destino ou empresa.

Muitos estudiosos se detiveram sobre a análise do fenômeno turístico, como resultado os enfoques básicos para o estudo do turismo são: institucional, do produto, histórico, administrativo, econômico, sociológico, geográfico, interdisciplinar e sistêmico. Do ponto de vista sistêmico tem-se ao longo dos anos os trabalhos de Raimundo Cuervo (1967), Neil Leiper (1979), Sergio Molina (1991) e Mario Beni (1998).

No Brasil o autor mais referenciado no que se refere ao estudo do turismo sob a abordagem sistêmica é Beni, a partir de sua obra “Análise Estrutural do Turismo” lançado em 1998. Nesta obra o autor apresenta a atividade como um sistema aberto, composto pelos elementos: oferta, demanda, mercado, infraestrutura e superestrutura. Todos estes elementos e conjuntos tanto se encontram sob a influência dos ambientes culturais, econômicos e ecológicos, quanto influenciam os mesmos.

Com base na análise sistêmica proposta por Beni (1998), propõe-se aqui uma investigação mais particularizada em relação ao conjunto das relações ambientais, de maneira que, o próximo item, busca apresentar uma relação dos impactos negativos e positivos que abarcam os referidos ambientes na atividade turística.

OS IMPACTOS DO TURISMO SOBRE OS DIFERENTES AMBIENTES

O estudo do impacto do turismo em diferentes ambientes é destinado a identificar e interpretar, assim como prevenir, as consequências ou os efeitos que podem causar à saúde e ao bem-estar do homem e ao entorno, ou seja, os ecossistemas em que o homem viveu e de que depende. Segundo Cooper (2007, p. 211):

Não é possível desenvolver turismo sem que ocorram impactos ambientais, mas é possível, com o planejamento correto, gerenciar o desenvolvimento do turismo com o objetivo de minimizar os impactos negativos, ao mesmo tempo em que se estimulam os impactos positivos.

Acerca desta temática, Cruz (2001, p.31), relata que:

Os impactos do turismo em ambientes naturais estão associados tanto à colocação de infraestrutura nos territórios para que o turismo possa acontecer com a circulação de pessoas que a prática turística promove nos lugares. (...) meios de hospedagem edificados em áreas não urbanizadas bem como outras infraestruturas a eles associados podem representar riscos importantes de desestabilização dos ecossistemas em que se inserem.

Reflexões e discussões sobre os impactos oriundos da atividade turística nos diferentes ambientes são de suma importância para apontar propostas para minimizar os impactos negativos e aperfeiçoar os impactos positivos. É importante esclarecer que o turismo não apenas traz impactos negativos, existem diversos benefícios em desenvolver a atividade turística e é por este motivo que a atividade deve ser bem conduzida e planejada. Entretanto, é necessário minimizar ao máximo a degradação ambiental das áreas receptoras através de estudos.

O TURISMO E OS IMPACTOS SOCIOCULTURAIS

Os impactos socioculturais do turismo ocorrem em decorrência do fato de que pessoas de diferentes culturas e diferentes padrões econômicos entram em contato. Esse contato pode surgir de três formas, quando moradores e turistas dividem o mesmo lugar físico, quando turistas necessitam comprar bens e serviços da comunidade local ou de uma simples conversa entre ambas as partes (OMT, 2001).

Para Dias (2005, p. 61):

Quando os turistas (os outros) vêm, representam uma ameaça à identidade local, pois não fazem parte dela e não expressam as mesmas emoções e sentimentos dos moradores, surgindo o preconceito e sentimentos negativos frente aos turistas. Quando se comportam de maneira mais desinibida, ousada e dispostos a correr riscos, cria-se nos residentes uma apatia aos turistas.

Uns dos principais impactos negativos decorrentes dos contatos entre turistas e comunidade local é quando ocorre o turismo de massa, pois grande parte dos turistas não apresentam interesse em se integrar com a população local. Ao contrário de se integrarem, acabam formando grupos (guetos) próprios que facilitam a segregação da população local. (OMT, 2001)

Além disso outro efeito negativo é constatado através do efeito demonstração, na qual os moradores locais observam as culturas dos turistas presente em sua cidade, e muitas vezes aqueles que apresentam um nível econômico baixo tendem a achar sua cultura “pobre”, e ao tentar copiar a cultura do turista, perdem a sua própria. (OMT, 2001). As principais diferenças que potencializam os impactos socioculturais entre moradores e turistas são as diferenças na crença religiosa, nos costumes, nos estilos de vida, entre outros. Como afirma Hall (2001, p. 62):

Vivemos numa época pós-moderna onde as identidades são fragmentadas e não existe uma cultura fechada e absoluta. Desse modo, o turismo tem a característica de interagir e influenciar diversas pessoas, grupos e comunidades, modificando o pensamento e valores sociais.

Contudo, apesar dos impactos negativos que já foram citados, é possível notar os impactos socioculturais positivos em locais onde o turismo foi planejado. Estas melhorias configuram-se, muitas vezes em: melhores condições sanitárias na região, na coleta de lixo, estímulo para que os moradores tenham interesse pela sua própria cultura e, por fim, intercâmbio cultural, isto é, as experiências que os turistas e moradores adquirem convivendo uns com os outros, o que faz aumentar o respeito às diferenças.

Desta forma, para o desenvolvimento sustentável da atividade turística, devem-se observar alguns fundamentos, começando pela capacidade de carga que se refere ao limite máximo de pessoas que podem usufruir de um local, sem atrapalhar o ambiente e a experiência de outras pessoas. Depois, tem-se a participação da comunidade local, que é muito importante, pois dá oportunidade aos moradores de participar e decidir sobre o plano e o desenvolvimento da atividade no lugar que reside; outro fundamento é a importância do consenso da comunidade local, isto é, planejar a atividade buscando o bem-estar para os moradores também e, para finalizar, a evolução da percepção dos efeitos do turismo, compreendendo tanto os aspectos positivos, quanto os negativos. Segundo Doxey (1975 *apud* SANTANA, 1997) o planejamento e a gestão do turismo são fundamentais para que se conheçam os possíveis estágios de comportamento dos

moradores com relação aos visitantes e se possa evitar que o mesmo vá da euforia para o antagonismo.

O TURISMO E OS IMPACTOS AMBIENTAIS

O turismo e o meio ambiente são completamente dependentes, pois, para acontecer uma atividade turística é necessário um ambiente, seja ele natural ou não. Contudo, o ambiente, ao longo do tempo, sofre uma descaracterização em seu cenário natural pela ação humana, seja qual atividade econômica for.

Segundo Cooper (2007 p. 210) " Assim que a atividade turística ocorre, o ambiente é inevitavelmente modificado, seja para facilitar o turismo, seja através do processo de produção do turismo".

De acordo com Ferreira (2008) *apud* Cruz (2001), o aumento da indústria turística, implica na necessidade de aumentar e instalar infraestrutura adequada; como os meios de hospedagens, restaurantes, saneamento básico, etc. Toda esta infraestrutura básica e específica precisa ser planejada, pois, do contrário, os efeitos podem ser negativos ao ambiente local.

Para Dias (2005), a relação entre a ausência de projetos turísticos e a fragilidade do meio ambiente faz com que os impactos ambientais negativos dos empreendimentos causem a degradação dos mesmos ambientes, dos quais depende o êxito dos projetos, reduzindo os seus benefícios.

Infelizmente a atividade turística vem ocasionando impactos significativos ao meio ambiente, a ponto de interferir na mesma devido ao uso desordenado, trazendo consigo danos irreversíveis. Mas apesar dos impactos negativos, a atividade turística também possui o lado positivo, como o estímulo para a conservação dos recursos naturais que em alguns casos favorece a qualidade ambiental, como na cidade de Bonito-MS, onde é feita a preservação de várias nascentes, incluindo a do Rio da Prata. Nos últimos meses, os atores envolvidos com a atividade turística têm enfrentado dificuldades em função do avanço desenfreado da agricultura predatória, a qual lança mão de desmatamento em áreas de preservação e não usa técnicas de manejo do solo. Tal postura tem turvado as águas cristalinas em diversos trechos dos rios da região, impactando severamente o fluxo turístico. No caso de Bonito os envolvidos com o turismo são os responsáveis por levar à público a situação e contam com a mídia televisiva para isso.

É impossível desenvolver o turismo sem nenhum impacto ambiental, mas é possível, com planejamento correto e uma boa interação com as gestões públicas e privadas, gerenciar esse desenvolvimento do turismo com o objetivo de reduzir e minimizar os impactos negativos ao mesmo tempo em que se estimulam os positivos (RIBEIRO; STIGLIANO, 2010).

Outros fatores podem aqui ser destacados por Dias (2005) em que ele cita mais alguns benefícios da atividade turística, tais como conservação dos animais ameaçados; aperfeiçoamento do planejamento e do gerenciamento ambiental; o aumento da consciência ambiental; obtenção de recursos para a preservação; geração de fontes de renda alternativas; alternativa de exploração econômica das áreas protegidas.

O TURISMO E OS IMPACTOS ECONÔMICOS

O turismo tem influência e impacto nos países e nas regiões nas quais se desenvolve, com isso existem efeitos diferentes na economia. Essa característica determinará o grau de participação local e dos investimentos estrangeiros no desenvolvimento da atividade turística. Nos países em desenvolvimento os efeitos são mais significativos que nos países desenvolvidos, uma vez que a dependência do turismo nestes países é maior (OMT, 2001). O turismo não só contribui com divisas, como também, suaviza o problema do desemprego e, a longo prazo, pode ser um incremento às exportações tradicionais (LAGE; MILONE, 2009).

Alguns aspectos positivos do turismo na economia de país podem ser: equilíbrio da balança de pagamentos; aumento do produto interno bruto (PIB); criação de empregos; motor da atividade empresarial; aumento e distribuição da renda. Além do aumento da renda na área em que se desenvolve, há, também, a melhora de sua distribuição. O turismo é um instrumento que pode acelerar possíveis mudanças positivas que operam no lugar onde se desenvolve, bem como mudanças negativas (PETROCCHI, 1998). Alguns custos devem ser considerados para poder avaliar corretamente os impactos econômicos do turismo sobre um destino: custos de oportunidade, custos derivados das flutuações da demanda turística, possível inflação derivada da atividade turística, perda de benefícios econômicos potenciais, distorções na economia local (OLIVEIRA, 2000). Por isso, é fundamental pensar nas políticas e na gestão destes impactos.

A política de turismo pode ser definida da seguinte forma: conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura na qual não são tomados às decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação (CRUZ, 2001; BENI, 2006). Para Goeldener et. al. (2002, p. 294) “O propósito da política de turismo é propiciar benefícios máximos aos interessados na região, e minimizar os impactos negativos ao mesmo tempo”.

Sendo assim, pensar nos impactos do turismo é condição para pensar as políticas de turismo para os destinos e será fundamental em qualquer plano de desenvolvimento da atividade, seja em áreas de natureza, quanto em áreas urbanas.

METODOLOGIA

A pesquisa foi de natureza exploratória e de cunho qualitativo. Numa primeira etapa realizou-se pesquisa bibliográfica sobre as temáticas: sistema turístico, impactos turísticos e o papel do poder público no gerenciamento dos impactos. Na segunda etapa foram elaborados roteiros de entrevista para serem aplicados durante a pesquisa de campo. Como o estudo foi qualitativo, os atores escolhidos foram representantes da iniciativa privada, nos setores de meios de hospedagem e de atrativo turístico.

A aplicação do instrumento se deu com o auxílio do representante de cada empreendimento, os quais contribuíram a partir de respostas referentes a atuação de seus referidos empreendimentos quanto a geração de impactos nos ambientes ecológicos, econômicos e socioculturais. Após a aplicação, as informações coletadas por meio do instrumento de pesquisa foram analisadas e discutidas, de maneira a propiciar base para os encaminhamentos reflexivos acerca da problemática proposta pela presente investigação.

O estudo foi respaldado pela revisão teórica e, posteriormente, por pesquisa de campo. A pesquisa de campo foi orientada por um roteiro subsidiado pelas leituras e pesquisas teóricas anteriores. Desta forma, os resultados compreendem as opiniões dos respondentes sobre diferentes impactos do turismo e seus respectivos aspectos, os quais são: socioeconômicos, relacionados ao associativismo e à cultura e, por fim, ambientais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS SEGUNDO AS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Os resultados do entrevistado A referem-se aqueles relacionados a um atrativo de natureza. O atrativo tem 14 anos e antes de ser explorado como atividade turística funcionava como fazenda e não empregava ninguém. Atualmente emprega 12 pessoas na baixa temporada e 16 na alta. O proprietário possui além do atrativo mais três investimentos, divididos em fazenda e imóveis, mas o atrativo é responsável por 50 % do lucro.

Sobre a empresa do entrevistado B, tem-se que antes de ser um hotel, há 18 anos, o espaço era apenas uma propriedade rural com criação de gado. Entretanto, a localidade sofria muitas inundações com as chuvas, tornando inviável a criação de gado no local. O entrevistado informa que a família possui outros investimentos na cidade, como casa de aluguel e atividade pecuária, pois a sazonalidade atrapalha a situação financeira, não sendo possível depender somente do turismo.

Quanto ao entrevistado C, verificou-se que a história da pousada começa em 1994 (24 anos), quando o proprietário comprou o terreno e deram início as obras da Pousada. Atualmente é administrada na modalidade gestão familiar, tem 56 leitos, e é de categoria econômica. O proprietário da pousada só possui este empreendimento e mais uma agência de turismo anexa ao local.

Com relação aos entrevistados, percebe-se que os três são empresas maduras, ou seja, com mais de dez anos de atuação. Em duas das três empresas os proprietários não investem somente no turismo, em função da sazonalidade, embora o turismo seja o negócio mais lucrativo. De qualquer forma, os três entrevistados têm outro negócio além da empresa principal. Quanto ao tamanho, apesar de haver diferença de tamanho entre as três empresas, elas podem ser consideradas microempresas ou empresa de pequeno porte (SEBRAE, 2018).

- **Sobre o impacto em empregos diretos**, a empresa A (atrativo de aventura) afirmou que os funcionários são moradores de Bonito e o atrativo prefere empregar homens em função da necessidade de força física. A empresa B (hotel) sustenta 12 famílias, mais a família do entrevistado, de seu irmão e seus pais. Todos os doze funcionários são fixos com o objetivo de manter um mesmo padrão de qualidade, seja na

alta, como na baixa temporada. Quanto ao gênero, dividem-se em 50% homens e 50% mulheres, sendo todos do próprio município. Não possui rotatividade de funcionários, apenas quando as mulheres engravidam que há necessidade de uma nova contratação. A empresa C (pousada) emprega seis pessoas de forma direta e quando o fluxo de turistas é maior contrata-se pelo menos mais um funcionário. Além disso, o entrevistado ressaltou sempre contratar moradores da cidade de Bonito. A renda gerada no hotel serve diretamente quatro pessoas que fazem parte da gestão familiar da Pousada.

Quanto aos empregos gerados, destaca-se a procedência, uma vez que as empresas afirmam contratar pessoas de Bonito, além disso, uma empresa apresentou a particularidade de gênero em função da necessidade de força física e outra o cuidado em manter o mesmo grupo de empregados mesmo na baixa temporada, salvaguardando a qualidade no atendimento.

- **Com relação ao fluxo de turistas**, a empresa A disse receber entre 10 a 11 mil pessoas por ano (o atrativo recebe 108 pessoas por dia) e todos os feriados prolongados são denominados alta temporada, mas não há variação de preços. Sobre a procedência da demanda, no âmbito nacional, os turistas vêm, principalmente, do sudeste e sul, e no âmbito internacional, a maioria dos turistas vem da Europa.

A empresa B afirmou que a taxa de ocupação do hotel é em torno dos 40%, entretanto na alta temporada (janeiro, julho, agosto, dezembro e feriados prolongados) trabalha com 100% de ocupação, já na baixa temporada o hotel atua com média de 20%. Devido a essa sazonalidade o hotel trabalha com diferença de valores na alta e baixa temporada, com variação de 30% do tarifário. O Hotel não faz pesquisa de perfil do turista, mas segundo o *facebook*, recebe muita família, grande parte são casais de 29 a 35 anos de todos os níveis sociais.

A empresa C informou que a taxa de ocupação na alta temporada beira 100% e na baixa varia de ano para ano, tendo sua pior média de baixa temporada registrada em 25%. O entrevistado relatou que o fluxo de turistas não tem sido constante nos últimos 5 anos, uma vez que o fluxo de visitantes da cidade tem crescido. O período de alta temporada é muito curto, sendo o mês completo de janeiro, a segunda quinzena de dezembro, a segunda quinzena de julho e os feriados prolongados. O maior público da pousada são as famílias. A procedência, em primeiro lugar, São Paulo, depois os turistas do sul do país,

e os estrangeiros que somam, aproximadamente, 20% da quantidade de turistas que visitam a cidade.

Sobre a demanda verificou-se que as empresas sofrem grande impacto da sazonalidade nos negócios oscilando de 100 a 20% de ocupação. Recebem um público cujo perfil é família, principalmente procedentes do sudeste e sul, e estrangeiros europeus.

- **Sobre a cadeia produtiva do negócio**, o entrevistado A disse que recebe os materiais utilizados no atrativo de outros estados, como São Paulo e Paraná, e alguns vêm de outros países como a França. O entrevistado B informou que os alimentos oferecidos no hotel, são dos produtores da própria cidade, porém os outros equipamentos do hotel, como uniforme, enxoval e produtos de limpeza, são adquiridos fora da cidade e estado. Para o entrevistado C os produtos utilizados no meio de hospedagem vêm de Bonito ou Campo Grande. Ou seja, há movimentação na economia da cidade e do estado, corroborando com o que afirmam Lage e Milone (2009) para quem o turismo tem condições de movimentar, aproximadamente, 52 atividades econômicas diferentes no destino onde se desenvolve.

- **Quanto aos impactos econômicos negativos do turismo**, o entrevistado A afirmou que de certa forma a atividade turística inflacionou os preços em Bonito, mas, segundo o mesmo, seria algo normal já que se trata da lei da oferta e da procura. Para o entrevistado B, este afirmou não perceber isso no supermercado, mas nos restaurantes sim, cujos preços são muito elevados para população local. O entrevistado C percebe que haja inflação na cidade, mas afirmou que toda cidade turística tem tendência a aumentar seus preços e que em Bonito isso não é diferente. Verifica-se no discurso de todos que há inflação de preços nos produtos locais, impacto muito comum observado na literatura sobre economia do turismo (OMT, 2001; LAGE; MILONE, 2009).

- **Com relação à gestão local do turismo** o entrevistado A alegou que os turistas elogiam o quão organizado é o mercado turístico através do voucher em Bonito, principalmente quando eles entendem como funciona e para que sirva. Informou, também, que os moradores não reclamam sobre os preços praticados no atrativo, já que os mesmos recebem cortesia. Para o entrevistado, o *voucher* é importantíssimo para preservação natural, porém alguns donos de atrativos sentem-se refém das agências e queriam mais liberdade para a venda direta. O proprietário respondeu que ele mesmo gostaria de poder vender seu atrativo diretamente ao consumidor. Para o entrevistado B

os preços praticados na cidade de Bonito são alvo de reclamação. Segundo o mesmo, uma família de quatro pessoas gasta em torno de 800 reais só para fazer um passeio de flutuação, contudo, ele admite que depois que os turistas fazem a experiência deixam de reclamar do valor cobrado. Sobre o *Voucher*, o proprietário do Hotel afirma que se a venda do passeio, anexo ao hotel, fosse direta no atrativo receberiam mais turistas. O entrevistado ainda sugere que deve haver melhorias no sistema do *Voucher*. Para o entrevistado da empresa C, sem o sistema de *voucher* não haveria mais turismo na cidade de Bonito, pois é através do *voucher* que acontece o controle da capacidade de carga. Também disse que os turistas, em sua maioria, não reclamam do sistema e aqueles que reclamam é, muitas vezes, pelo fato de não gostarem de seguir horários.

Todos os entrevistados manifestam respeito ao sistema de voucher, porém, dois, que são, também, ligados aos atrativos turísticos, demonstraram vontade de terem mais poder de negociação na venda direta ao consumidor. Realmente, quando o sistema de voucher foi implantado em Bonito em 1995, a internet não era democratizada como é hoje e nem existiam as OTAS (*online travel agencies*). A realidade mudou de forma impactante no universo do turismo e quem quiser manter-se competitivo precisará estar atendo as novas tecnologias e ao conceito de empresa e destino inteligente (OTTO, 2018). Cedo ou tarde este fato precisará ser mais bem debatido pelos atores locais. Quem sabe Bonito não surpreende novamente, como o fez em 1995, quando da inovação resultante da criação do voucher único, e apresenta novas alternativas de distribuição dos seus produtos segundo o marketing 4.0¹ (KOTLER *et al.*, 2017).

- **Sobre as principais ameaças e, também as perspectivas para o negócio**, o entrevistado A afirmou serem o desmatamento, a falta de uma política nacional e estadual de incentivo ao turismo e as alterações climáticas. O proprietário ainda informou que tem previsão de novos investimentos, e que já está com um projeto no IMASUL (Instituto de Meio Ambiente de Mato Grosso do Sul), para ampliar a oferta de produtos turísticos, visando a implantação de caiaque, *Stand up* e trilhas. Para o entrevistado B a maior ameaça para o Hotel é a questão do clima em primeiro lugar e a mídia, pois devido à última enchente que ocorreu no começo do ano, a mídia divulgou a cidade de uma forma negativa, toda destruída, o que afastou o público nos meses seguintes. Sobre o futuro, o hotel tem previsão de novos investimentos para 2021 associados aos passeios e a

¹ Marketing digital, usando as mídias sociais, a internet e os mobiles

infraestrutura. Já o entrevistado C disse que as principais ameaças ao negócio são as casas de aluguel e o *Airbnb* e disse não ter previsão de novos investimentos.

Os resultados sobre os desafios que cada um enxerga para o futuro foram muito importantes, pois coadunam com os que defendem que o meio ambiente precisa ser fiscalizado e conservado. Dois dos entrevistados apontam questões climáticas e desmatamento como ameaças graves. Coincidentemente dia 19 de novembro do corrente ano, o jornal do estado publicou foto do Rio da Prata completamente turvo pelo excesso de chuva², comprometendo a venda do principal produto da região que é a água cristalina. A soma do descaso ambiental com a velocidade das mídias digitais resulta em impactos negativos para o destino. Embora o inverso seja verdadeiro, por exemplo, quando coisas positivas acontecem, Bonito sempre ganha mídia espontânea³. Outro aspecto ressaltado pelos entrevistados referente à tecnologia está relacionado com a internet e à economia compartilhada (*airbnb* e casas de aluguel), as quais aparecem como ameaça ao negócio hoteleiro tradicional, principalmente àqueles ligados a pequenas pousadas.

ASPECTOS RELACIONADOS AO ASSOCIATIVISMO E À CULTURA

- **Sobre projetos sociais e parcerias com grupos:** O entrevistado A afirmou que o atrativo não desenvolve nenhum projeto social, mas contribui para alguns projetos da cidade, ofertando visitas de escolas públicas no atrativo. Também tem parceria com as instituições: Instituto Visão da Vida e Escola Sol Bonita. Já o entrevistado B falou promover eventos sociais junto com associação e apoiadores, como o Instituto das Águas da Serra da Bodoquena (IASB) e Instituto Visão de Vida e ainda vende artesanatos indígenas e doces caseiros locais. Já o entrevistado C disse realizar um evento cultural, chamado janta de comitiva, além disso, não tem parceria com nenhum grupo local, contudo vende objetos artesanais feitos por moradores de Bonito.

Percebe-se que todos os entrevistados de certa forma participam ou promovem eventos ou ações sociais/culturais, mesmo o entrevistado C, que disse não ter parcerias com grupos, realiza o jantar de comitiva, assim fica a observação de que os eventos sociais

² <https://www.campograndenews.com.br/meio-ambiente/cor-de-lama-rio-da-prata-expoe-reflexo-da-exploracao-comercial>

³ <http://www.portalbonito.com.br/noticias/noticias-geral/5219/passeios-em-ms-conquistam-premio-nacional-de-sustentabilidade>

também conotam extrema importância para a realização e manutenção da atividade turística.

- **Sobre participação em associações:** O entrevistado A contatou que o atrativo participa da ATRATUR (Associação dos Atrativos Turísticos de Bonito) e ABETA (Associação Brasileira de Turismo de Aventura). A primeira reúne-se todos os meses e a segunda uma vez por ano. A participação no COMTUR ocorre por intermédio da cadeira que a ATRATUR possui no referido Conselho. Os outros dois entrevistados contaram participar da Associação Bonitense de Hotelaria (ABH), e estarem representados no Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) através da cadeira da ABH. Sendo que a ABH não se reúne tantas vezes, pois os hotéis não têm uma relação muito colaborativa.

Observa-se que todos os entrevistados participam de associações e de alguma forma são representados no COMTUR através da cadeira de suas associações.

- **Sobre a importância dos eventos para o turismo na cidade:** Os entrevistados B e C disseram que os eventos impactam positivamente o movimento dos hotéis e da cidade. E com os eventos o fluxo de turistas fica mais equilibrado. Provando o que foi dito por Silva (2003) sobre a necessidade de contornar os efeitos da "alta e baixa estação", para existir um maior equilíbrio da demanda, entrando em jogo assim o turismo de eventos que se apresenta como uma solução ideal para os destinos turísticos. Isso porque os promotores realizam seus eventos em época de baixa temporada, quando encontram facilidades em reunir um número significativo de participantes, ao mesmo tempo em que possuem vários locais dispostos a sediá-los.

- **Sobre a mudança de comportamento por parte dos moradores da cidade após a instalação do turismo:** Os entrevistados A e B disseram não observar mudanças de comportamento visto que quando houve a instalação de seus negócios, o turismo já era uma realidade na cidade. Já o entrevistado C afirmou observar certa resistência dos moradores no começo do turismo, entretanto, os moradores já se conscientizaram e entenderam que a renda de Bonito é baseada no turismo. Evidenciando o fato de que na verdade, o que existe entre esses dois grupos é uma necessidade de relação, já que um depende do outro, por isso muitas vezes eles se suportam, sendo que as populações locais muitas vezes saem no prejuízo, pois sofrem com os impactos (BALDISSERA; BAHL, 2012).

ASPECTOS RELACIONADOS AOS IMPACTOS AMBIENTAIS

- **Em relação à orientação de cunho ambiental aos turistas:** Os entrevistados A e B disseram possuir ao longo da extensão do investimento placas que orientam o turista em relação a preservação do meio ambiente, já o entrevistado C alegou não possuir esse tipo de orientação por achar que os turistas não precisam deste tipo de cuidado e apela para o bom senso de cada um.

- **Em relação ao descarte de resíduos sólidos:** Os três entrevistados disseram separar os resíduos ao máximo, entretanto apenas o entrevistado B alegou que o município de Bonito não possui uma coleta seletiva pública, os demais disseram distribuir os resíduos recicláveis a associações de artesanato local.

Nota-se, com os resultados coletados, que no município de Bonito existe certa carência no que se refere a coleta seletiva e descarte de resíduos sólidos por meio da gestão pública, já que dois dos três entrevistados reforçam a ideia de que a cidade não possui serviços de coleta seletiva e os mesmos devem procurar uma outra forma de se livrar desses resíduos sem que o meio ambiente sofra com isso.

- **Em relação ao controle da demanda:** Todos os entrevistados disseram controlar a demanda através do sistema de *Voucher* e no caso do setor hoteleiro esse controle é feito por meio de reservas. Com isso, percebe-se a importância de se preservar os principais locais de turismo da cidade, sendo que todos são extremamente dependentes da natureza e sem o controle executado através da capacidade de carga de cada local, possivelmente não existiria mais turismo na cidade.

- **Em relação ao reaproveitamento de energia:** Os entrevistados B e C alegaram fazer o reaproveitamento da energia solar para o aquecimento das águas dos quartos do hotel e para a iluminação do ambiente, além disso, o mesmo falou utilizar a água da chuva no jardim, já o entrevistado A disse não fazer o uso da energia solar e de nenhum outro tipo de energia, já que o atrativo não necessita.

- **Em relação aos aspectos positivos no quesito ambiental:** O entrevistado A destacou como aspectos positivos os benefícios que o sistema de *Voucher* trouxe para o meio ambiente tal como: o controle da capacidade de carga, a preservação e a limpeza dos atrativos e da cidade em geral.

Após a análise dos dados coletados sobre esse tópico, nota-se um consenso entre ambos os entrevistados, todos se referem ao *voucher* como um aspecto positivo para a questão ambiental do turismo a cidade de Bonito.

- **Em relação aos aspectos negativos no quesito ambiental:** Os entrevistados elencaram como aspectos negativos as casas de aluguel e o *Airbnb* que de certa forma atrapalham a competitividade, já que não necessitam do uso de *Voucher*, também foi elencado pelo entrevistado A a expansão da fronteira agrícola que acaba ameaçando o turismo local, já que, este se baseia na preservação do meio ambiente.

Aqui nota-se outra vez a convergência de ideias entre ambas as partes, todos os entrevistados que responderam a essa pergunta concordam com as casas de aluguel como sendo os principais pontos negativos para o meio ambiente, já que para essas não é necessário o uso de *voucher* e, desta forma, fica cada vez mais difícil controlar as ações dos turistas.

CONCLUSÕES

Compreender a atividade turística de maneira ampla apresenta-se como estratégia fundamental para manter a sustentabilidade e a qualidade dos serviços disponibilizados para os turistas nos mais diversos destinos turísticos, bem como o bem-estar da população local. Dentre tais compreensões, realizar uma análise acerca dos aspectos positivos e negativos que os diversos segmentos da atividade turística propiciam nos ambientes ecológicos, econômicos e socioculturais faz-se importante para viabilizar a maximização dos aspectos positivos e a mitigação dos negativos.

Com a pesquisa foi possível observar, através do discurso dos entrevistados, os conceitos de impacto presentes na teoria. Como analisado o turismo é visto como um promotor de melhorias na produção e distribuição de renda, porém o turismo provoca grandes impactos que podem ser negativos ou positivos.

A partir das análises realizadas, foi possível perceber que, de maneira geral, os empreendimentos que compuseram o universo de investigação estabelecem-se no município há mais de 10 anos, apresentando assim uma relação sólida com os ambientes que envolvem a prática turística na região. Do ponto de vista econômico, observa-se que os empreendimentos privilegiam a contratação de mão de obra local. A respeito do fluxo de turistas, é possível notar que ambos os empreendimentos têm seus fluxos elevados no

período de alta temporada, sofrendo assim com a sazonalidade nos períodos de baixa temporada. Quanto ao “efeito multiplicador” do turismo, percebe-se que este ocorre principalmente nos meios de hospedagem, uma vez que, em função da especificidade dos equipamentos, o atrativo turístico necessita fornecedores externos à região de Bonito-MS. A inflação do destino turístico de Bonito-MS é apontada por ambos os empreendimentos, entretanto, esse impacto é visto como normal, uma vez que, tratando-se de um destino turístico, naturalmente os preços são mais elevados. Do ponto de vista do atrativo, o desmatamento é tido como uma ameaça ao desenvolvimento econômico e sustentável da atividade turística, enquanto nos meios de hospedagem, ferramentas o *Airbnb* apresenta-se como ameaça aos negócios. Outro ponto em comum entre os respondentes é o controle positivo trazido pelo *voucher*, o qual auxilia na gestão do turismo em Bonito-MS.

Do ponto de vista associativo, há relação das empresas com associações do setor turístico. Sobre os eventos culturais, os empreendimentos hoteleiros ressaltaram sua importância, uma vez que, estes possibilitam uma maior taxa de ocupação durante os períodos de baixa temporada. Sobre o impacto do turismo na comunidade local, um dos respondentes diz perceber certa resistência dos moradores de Bonito-MS, mas apenas no início da atividade, hoje compreendem a importância da atividade para o município.

Sobre a prestação de orientações de cunho ecológico para os turistas, há ações neste sentido, embora já esteja implícito na consciência da maioria dos visitantes. Quanto aos resíduos gerados pelos empreendimentos, apesar de realizarem a seleção dos resíduos, o município não conta com a coleta seletiva, despertando assim a atenção para a necessidade de políticas públicas neste sentido.

Os três entrevistados possuem outros negócios além da empresa principal. Todas as três empresas podem ser consideradas de pequeno porte, contratam pessoas locais e sofrem com a sazonalidade da atividade (a qual oscila entre 100% e 20%), o que explica apostarem em outros negócios complementares.

Uma das empresas afirmou precisar contratar homens em função da natureza do negócio que exige força física. Seria interessante aprofundar as pesquisas futuras com relação ao gênero e emprego no turismo de natureza.

Do ponto de vista do empreendimento “atrativo turístico”, a posição é que “sente-se refém” das agências locais e gostaria de poder vender diretamente ao turista. É compreensível este sentimento, uma vez que quando Bonito surgiu como destino não

existia internet. Com o advento da internet e das *Online Travel Agencies* (OTAs), os atrativos poderiam vender diretamente ao consumidor final ou as OTAs poderiam fazer o papel das agências tradicionais. A vantagem seria a economia de escala, ou seja, o alcance destas agências virtuais. Contudo, todos entendem a importância do sistema local de voucher único para a fiscalização e conservação ambiental do ponto de vista dos impactos que o turismo causa.

Outro aspecto ressaltado pelos entrevistados referente à tecnologia está relacionado com a internet e à economia compartilhada (*airbnb* e casas de aluguel), as quais aparecem como ameaça ao negócio hoteleiro tradicional. Identifica-se como a temática tecnologia impacta os negócios turísticos cada vez mais, implicando na necessidade de mais pesquisas sobre este assunto e mais aprofundamento das ameaças destas aos negócios tradicionais.

Verificou-se que há respeito pelo sistema de voucher, apesar da capacidade de que os atrativos teriam de abrir mão da venda por meio das agências locais. Contudo, reconhecem que sem o controle da capacidade de carga não existiria turismo na cidade em função da fragilidade ambiental do produto local e das pressões externas.

Diante de tais explicações, percebe-se que, em meio à análise do conjunto das relações ambientais nesses três empreendimentos da região de Bonito-MS, e na correlação entre teoria e prática, tanto os aspectos positivos quanto os negativos permeiam a atividade turística nesta região. Assim, pesquisas como esta visam propiciar bases para a compreensão da atividade turística nos diversos destinos espalhados pelo território nacional e internacional. Conclui-se que pesquisas nos campos da sazonalidade, da tecnologia (economia compartilhada e mídias sociais), do gênero e dos impactos destes fatores na atividade turística local mereceriam a atenção de estudos futuros.

É importante ressaltar que, a pesquisa aqui apresentada não pretende que as possibilidades se esgotem neste ensaio, mas sim que, a partir desta base, seja possível ampliar o universo de investigação acerca da atividade turística na região de Bonito-MS.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA E BAHL – **Turistas e moradores locais**, uma reflexão teórica dessa relação.

www.uces.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/09/01_26_16_Bald
issera_Bahl.pdf. Acesso em 20/11/2018.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 3ed. São Paulo: Senac, 1998.

BENI, M. C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

COOPER, Chris. **Turismo contemporâneo**. Elsevier Brasil, 2007.

CRUZ, R. C. 2001. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto.

CUERVO, Raimundo. **El turismo como medio de comunicación humana**.
Departamento de Turismo del Gobierno de Mexico, 1967.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento Do Turismo: Política E Desenvolvimento Do Turismo
No Brasil** . Editora Atlas SA, 2005.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, Robert W. **Turismo:
princípios, práticas e filosofias**. Tradução RC Costa. 2002.

HALL, C. Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e planejamentos**.
Contexto, 2001.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. Pioneira, 2002.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do
Tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LAGE, Beatriz Helena Gelas. MILONE, Paulo Cesar. **Economia do Turismo**. – 7.ed.-
5. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009.

LEIPER, N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and,
tourist industry. **Annals of tourism research**. Great Britain: Pergamon, v.6 1979, p 390-
407.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos,
modelos e sistemas**. Série turismo. São Paulo: Aleph, 2008.

MOLINA, E. S. **Conceptualización del turismo**. México-DF: Limusa, 1991.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento: planejamento e
organização**. – 2.ed. rev. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. Tradução:
Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.

OTTO, Gabriela. **A Hotelaria e Marketing 4.0**. **Gabriela Otto**, 2017. Disponível em:
<<http://gabrielaotto.com.br/blog/hotelaria-e-o-marketing-4-0/>>. Acesso em: 19/11/2018

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

RIBEIRO, Helena. STIGLIANO, Beatriz Veroneze. **Desenvolvimento Turístico e
Sustentabilidade Ambiental**. *In* Gestão Ambiental e sustentabilidade no turismo/ Org.
Arlindo Philippi Jr., Doris Van de Meene Ruschmann. Barueri, SP: Manole, 2010.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente.** Campinas: Papirus, 2000.

SANTANA, A. **Antropología y Turismo: nuevas hordas, viejas culturas?** Barcelona: Editorial Ariel, 1997.

SILVA, Nilza. Turismo de eventos. **Revista Turismo**, 2003. Disponível em: <<https://www.revistaturismo.com.br/artigos/eventos.html>>. Acesso em 20/11/2018