

TURISMO RESPONSÁVEL: O CASO DE BONITO / MS

RESPONSIBLE TOURISM: CASE OF BONITO / MS

EL TURISMO ESPONSABLE: EN CASO DE BONITO / MS

Cláudio Alexandre de Souza

Ana Cristina Trevelin

RESUMO: Muitas metodologias, têm sido desenvolvidas com o objetivo de tornar o planeta Terra um lugar melhor, como o "Turismo Responsável". O objetivo deste artigo é analisar o Voucher Único de Bonito sob a luz do Turismo Responsável. A metodologia base para elaboração deste artigo toma como referência as técnicas de observação in loco, pesquisa estruturada e semi-estruturada ao longo do período que autores atuaram no setor de turismo em Bonito/MS. Partindo desta base os mesmos também efetuaram pesquisa documental e bibliográfica sobre Bonito e sobre a turismo responsável. Os resultados mostraram uma base histórica comum para os conceitos de desenvolvimento sustentável, responsabilidade social empresarial, ecoturismo e o turismo responsável. Da mesma forma que algumas práticas em Bonito, como o *Voucher Único*, vem ao encontro das boas práticas para gestão e monitoramento de impactos principalmente ambientais, no setor de Turismo, como preconizado pelo conceito de turismo responsável, desde a sua gênese.

Palavras-chave: Turismo Responsável; Bonito; Voucher Único.

ABSTRACT: Many methods have been developed in order to make the Earth a better place, as the "Responsible Tourism". The purpose of this article is to analyze the Beautiful Single Voucher in the light of Responsible Tourism. The basic methodology for the preparation of this article has referred to the on-site observation techniques, structured research and semistructured over the period that the authors worked in the tourism sector in Bonito / MS. On this basis they also entered documentary and bibliographic research on Beautiful and about responsible tourism. The results showed a common historical basis for the concepts of sustainable development, corporate social responsibility, ecotourism and responsible tourism. Just as some practices in Bonito, as the Voucher Single, meets the best practices for management and monitoring of environmental impacts mainly in the tourism sector, as recommended by the responsible tourism concept, since its genesis.

Keywords: Responsible Tourism; Beautiful; One Voucher.

RESUMEN: Muchos métodos han sido desarrollados con el fin de hacer de la Tierra un lugar mejor, ya que el "turismo responsable". El propósito de este artículo es analizar el hermoso individual vale a la luz de Turismo Responsable. La metodología básica para la preparación de este artículo se ha referido a las técnicas de observación in situ, la investigación y estructurado semiestructurada durante el período de que los autores trabajaron en el sector turístico en Bonito / MS. Sobre esta base, también entró en el documental y la investigación bibliográfica sobre el Hermoso y el turismo responsable. Los resultados mostraron una base histórica común para los conceptos de desarrollo sostenible, la responsabilidad social de las empresas, el ecoturismo y el turismo responsable. Al igual que algunas prácticas en el bonito, como el bono individual, reúne las mejores prácticas para la gestión y seguimiento de los impactos ambientales, principalmente en el sector del turismo, según lo recomendado por el concepto de turismo responsable, desde su génesis.

Palabras clave: Turismo Responsable; Hermosa; Un Bono.

INTRODUÇÃO

Respondendo a uma demanda internacional para atividades turísticas de efeitos negativos menos impactantes e por outro lado de efeitos positivos que provoquem inclusão e tenham responsabilidade diante das comunidades e os ambientes que recebem os turistas, surge em meados de 2002 o conceito de Turismo Responsável, na Inglaterra. Com ambições para um novo modelo de desenvolvimento turístico, onde o objetivo é manter e, quando possível, valorizar as características dos recursos naturais e culturais nos destinos, protegendo-as para as futuras gerações de comunidades, visitantes e empreendedores. O conceito de Turismo Responsável torna-se complexo a partir do momento em que tem a ambição de responder aos anseios de sustentabilidade e influenciar (ou criar) uma imensa cadeia produtiva com os mesmos valores, o que incluiria operadoras, agências, guias de turismo, atrativos turísticos, meios de transporte, restaurantes e meios de hospedagem, entre tantos outros envolvidos na atividade turística.

As premissas criadas ou desenvolvidas a partir deste momento se disseminaram por todo o planeta. Muitas tornaram-se apenas mais um instrumento de *marketing* para as organizações do setor de turismo. Outras serviram de fato para disseminar boas práticas de gestão e operação no setor de turismo. Algumas delas se fazem presente neste estudo, como a Premiação Mundial em Turismo Responsável, os documentos como a Declaração de Cape Town, a *Tour Operators Initiative* e a Carta de Oman; e os diversos Centros para o Turismo Responsável existentes, em diversos países, como Zâmbia, Inglaterra, Oman, África do Sul, Brasil entre outros.

Em 2004, o WWF-Brasil lança a publicação, “Turismo Responsável – Manual para Políticas Públicas Locais” e cita, na Introdução, Bonito/MS e Brotas/SP como exemplos de destinos turísticos que estavam atuando de acordo com alguns dos preceitos de Turismo Responsável, a partir das experiências e bom senso dos empreendedores e gestores públicos.

Em novembro de 2013, 9 anos após a citação da WWF-Brasil (2004), a cidade de Bonito, foi premiada pelo *World Responsible Tourism Awards*, em Londres, durante o *World Travel Market* (WTM), como o “Melhor Destino de Turismo

Sustentável” no mundo. Um dos fatores determinantes para a premiação foi a existência do Voucher Único, instrumento idealizado por um empreendedor local (Antônio Carlos Silveira Soares) em meados de 1994 e implantado em 1995, pela Prefeitura Municipal, através do Conselho Municipal de Turismo de Bonito.

TURISMO RESPONSÁVEL

Um conceito novo para uma prática antiga. Este é o Turismo Responsável como será abordado neste trabalho. Cabe destacar que alguns autores preferem abordar os preceitos de Turismo Responsável, ao invés de fechar um conceito ou definição, como também será utilizado neste artigo. Ele pode ser visto como um tipo de turismo onde o objetivo é proporcionar uma experiência diferente ao visitante (GOODWIN; FRANCIS, 2003), ou indo mais além, ele deve proporcionar lugares melhores para pessoas que ali vivem, bem como para as pessoas que o visitem (GOODWIN; FRANCIS, 2003). O Turismo Responsável deve proporcionar experiências diferentes para os visitantes, sendo diferentes porque elas proporcionam efetivas melhorias para a comunidade e as organizações anfitriãs antes de proporcionar isto para ao visitante (SPENCELEY et alli, 2002). Ou seja, entender que o turismo será responsável para o visitante como consequência das ações responsáveis para com os *stakeholders* locais.

As discussões sobre turismo responsável, pode-se dizer, que foram provocadas pelas discussões mundiais sobre o desenvolvimento sustentável, que provocaram um novo olhar em muitas áreas do conhecimento e da produção industrial. Em Cape Town, na África do Sul, ocorreu em paralelo a Rio + 10 ou Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, a *Earth Summit 2002*, em agosto e setembro de 2002. Uma reunião com vários líderes do setor de turismo e acadêmicos que praticavam um turismo diferente, que veio a ser denominado de “Turismo Responsável” (CAPE, 2002). Neste evento foram compiladas muitas ideias sobre as práticas realizadas pelos gestores que ali estavam presentes, com o objetivo disseminá-las (CAPE, 2002), (SPENCELEY et alli, 2002). Ou seja, o Turismo Responsável surge, ou é sistematizado a partir de uma reunião paralela ao

evento Rio + 10 que deu continuidade as discussões sobre desenvolvimento sustentável e outras boas práticas de gestão mundial.

Esta coincidência de espaço temporal para a sistematização do novo conceito de turismo e a realização do fórum mundial, traz naturalmente os mesmos pressupostos que são incorporados na Declaração de Cape Town, este que é o documento de maior referência mundial para o Turismo Responsável. Entre as referências utilizadas na época cabe citar a Agenda 21, a Declaração Universal dos Direitos Humanos e outros sobre a temática de desenvolvimento sustentável, responsabilidade social empresarial ou corporativo e o ecoturismo. Além de documentos já da área de turismo como o Código de Ética Mundial do Turismo (CAPE, 2002). Entretanto, cabe destacar que são documentos diferentes com abordagens diferentes sobre as práticas de gestão e práticas de turismo. Cabendo compreender cada um em sua esfera de atuação. Bem como as suas singularidades, mas principalmente as suas diferenças no tocante as práticas que as organizações em geral e da área de turismo realizam.

Neste contexto, visando contribuir para lugares melhores para os anfitriões de forma ampla e por consequência para criar um lugar melhor para o visitante, um lugar para que pretende desenvolver o turismo responsável deve primar para que as atividades sejam realizadas da seguinte forma:

- Contribuir para o desenvolvimento do local (INTERNATIONAL, 2010);
- Terem e possibilitarem o seu respectivo monitoramento e a proteção dos recursos naturais (INTERNATIONAL, 2010);
- Contribuir efetivamente para agregar valor ao produto turístico (GOODWIN; FRANCIS, 2003), (FTO, 2004);
- Ter uma gestão que proporcione ferramentas de acompanhamento, monitoramento para evitar os possíveis impactos (FTO, 2004);
- Contribuir para melhorias junto aos moradores, trabalhadores e visitantes (SPENCELEY et alli, 2002).

Em se tratando de um destino turístico, estas ações devem estar presentes nas práticas de turismo realizadas pelas organizações ali atuantes, com especial

orientação para uma gestão de políticas públicas de turismo que integre e norteie a prática empresarial. O WWF-Brasil (2004,16) cita os seguintes passos como premissas para a implantação do conceito:

- Implementação de políticas e regulamentos em todos os níveis governamentais, regidos por uma Política Nacional de Turismo Sustentável;
- Adoção de uma visão de planejamento integrado entre os diferentes agentes do turismo, públicos ou privados;
- Definição de linhas diferenciadas em incentivos e financiamentos, voltados para o pequeno e médio empreendedor;
- Adoção de códigos de conduta e de ética nos negócios;
- Realização de campanhas de educação aos visitantes;
- Apoio a esquemas de certificação para se estabelecer ou ampliar a qualidade e a sustentabilidade no consumo e nos negócios.

Necessariamente não é preciso que o processo seja conduzido ou orquestrado pelo poder público, mas, por outro lado é fundamental que uma instituição assuma o papel de liderar e gerir o processo. Afinal a implantação do conceito é ambiciosa na medida em que propõem o envolvimento de todos (ou a maior parte) das organizações e atores da atividade turística.

Por outro lado como muitas práticas ou formas de abordar ações de mercado, há sempre o questionamento sobre as demandas para a mesma, ou seja, haverá clientes para esse novo jeito de fazer turismo?

Em pesquisa realizada especificamente sobre este tema verificou-se que um crescimento mundial deste tipo de consumidor, porém com uma forte dependência relacionada a origem do mesmo. Observou-se também que o fato do destino turístico implementar práticas de turismo responsável não é o elemento chave para a tomada de decisão de compra, mas apenas um valor agregado ao produto (GOODWIN; FRANCIS, 2003). Outro fator identificado, e que chama a atenção, é que os consumidores entendem a importância do conceito e valorizam práticas reais, ou seja, exageros na área de marketing e promoção de destinos são vistos como antiéticos e “queimam” a imagem do destino. O Turismo Responsável deve

ser visto como uma prática incorporada ao sistema e não feita para “enfeitar” o mesmo (GOODWIN; FRANCIS, 2003).

Estas considerações não são diferentes das ditas tradicionais de que uma organização tem de conhecer a sua demanda efetiva e potencial, para então refletir e criar um produto que de fato tenha conteúdo. Um produto feito não para mostrar, mas criado para ser experimentado, vivenciado.

ESTUDO DE CASO: BONITO/MS

O município de Bonito possui uma localização estratégica, em função dos recursos naturais que a região apresenta e o favorecem para o desenvolvimento da atividade turística. No estado do Mato Grosso do Sul, a Serra da Bodoquena funciona como um grande filtro natural que separa a cidade de Bonito, Bodoquena e Jardim da região do Pantanal. O que resulta nestas cidades em uma grande incidência de nascentes de água calcária e conseqüentemente rios com águas cristalinas (MEDINA JUNIOR, 2007) de grande potencial para atividade turística. Tornando-a uma referência para o turismo regional e nacional em razão de suas características e concentração de atrativos turísticos com tais singularidades (SOLLER, 2006), (SALGADO, 2007, p. 32).

Desde a década de 70 pessoas da região visitam Bonito e região da Serra da Bodoquena para usufruir dos recursos naturais ali existentes (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p.11; 2001), (SOLLER, 2006), (TRENTIN; SAN SOLO, 2006). Alguns trabalhos apresentam este breve histórico com ênfase em fatores distintos: nas décadas de 70 e 80 (VIVÊNCIAS, 2006, p.11) e no desenvolvimento econômico (LOBO; MORETTI, 2008, p. 51), bem como alguns abordam uma caracterização geográfica da localidade (SOLLER, 2006).

Em termos de políticas públicas, investimento privado e aprimoramento profissional o que se verifica hoje é resultado de práticas e vivências dos empreendedores, profissionais e gestores do município em quase 30 anos, se utilizarmos a criação do Balneário Municipal Rio Formoso, como um ponto de referência.

A desapropriação da área, as margens do Rio Formoso e à 12km do centro da cidade de Bonito foi um marco como a primeira na área ambiental que envolveu a comunidade e exigiu participação pública. Uma discussão que teve início em meados de 1983 sobre a desapropriação de 4 hectares da Fazenda Trevo, para uso público da comunidade como balneário municipal. Em 14 de abril de 1986, através do Decreto-lei nº 076/85 foi declarada a criação do Balneário, mas a desapropriação ocorreu efetivamente em 12 de setembro de 1997, com a averbação da área (TREVELIN, 2013).

Este espaço vem passando por uma série de alterações tanto de ordem física quanto administrativa para ser utilizado pela comunidade e visitantes. Inclusive uma grande obra de revitalização teve início em junho de 2015, orçada em R\$1.214.867,50 e devendo ser realizada com recursos do município e do Ministério do Turismo¹. Entretanto, infelizmente é necessário fazer um parêntese, destacando que o Ministério Público Estadual de Mato Grosso do Sul, em julho de 2015, deu início a uma investigação para apurar possíveis irregularidades técnicas no projeto, uma vez que verificaram a falta de informações ambientais que norteiem as obras².

Voltando a uma cronologia, a década de 1990 traz novos marcos para o desenvolvimento turístico – considerando tanto aspectos mercadológicos quanto operacionais e administrativos. Cabendo lembrar ainda que o Brasil foi sede da Cúpula da Terra ou ECO 92 e o país volta sua atenção para locais com forte apelo ambiental o que faz com que Bonito passe a ser alvo de vários programas de televisão com a temática ambiental, tanto em âmbito nacional como internacional. Tais fatos contribuem significativamente para o aumento da demanda turística pela cidade de Bonito (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p.12; 2001), (TRENTIN; SAN SOLO, 2006). Resultando em uma evolução quantitativa de novas empresas e oportunidades de trabalho, principalmente nos seguimentos de meios de hospedagem, agências de turismo, estabelecimentos de A&B e lojas de produtos para os turistas (BARBOSA; ZAMBONI, 2000), (SOLLER, 2006), (VIVÊNCIAS, 2006, p.11). Essa movimentação econômica e financeira estimula a criação de

¹ Fonte: <http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/04/balneario-municipal-de-bonito-serare-vitalizado-com-verba-de-r-12-mi.html>.

² Fonte: <http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/07/mp-investiga-irregularidades-em-reformade-balneario-de-bonito-ms.html>.

associações que deram base ao sistema integrado de gestão pública e privada de turismo, que fez e faz tanto sucesso pelo país a fora e que vamos chamar de Sistema de Gestão de Turismo de Bonito/MS (SGTB/MS).

A década de 1990 se consolida como um grande divisor de águas, com o nascimento de importantes instituições como, por exemplo, a Associação de Guias de Turismo de Bonito (AGTB), em 1994; e as Associações dos Proprietários de Atrativos Naturais de Bonito e Região (ATRATUR) e de Agências de Turismo de Bonito (ABAETUR), em 1996. Contando ainda com a criação do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), aprovado pela Lei Municipal no 695/95 e do Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR), instituído pelo artigo 11 do decreto 033/95.

O Conselho Municipal de Turismo foi incentivado e orientado a ser implementado nas cidades brasileiras, pelo Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, coordenado pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), principalmente naquelas cidades com potencial turístico. Em Bonito ocorreu um dos raros casos em que a efetiva implementação do órgão gerou o efeito esperado pela esfera federal (VIVÊNCIAS, 2006), (SOLLER, 2006). Após 20 anos de atuação o Conselho de Bonito já passou por inúmeras fases de maturidade e expressão política local, sempre congregando representantes dos diferentes segmentos econômicos locais e representantes do poder público. O que por si só mereceria um artigo específico para tratar sobre a existência ou não de legitimidade e representatividade, bem como um estudo sobre a efetividade de suas ações e o impacto da ausência de um foco estratégico da entidade.

Como primeira ação do COMTUR é criado através da Instrução Normativa 1/95, o Voucher Único, o que consolida um olhar diferenciado sobre a gestão do turismo na localidade. Principalmente porque sua criação partiu da idealização de um bonitense e empresário local, o Sr. Antônio Carlos Silveira Soares (conhecido como “Tó”), proprietário do Restaurante Tapera e na época também proprietário da Agência Tapera. A intenção era, segundo ele em entrevista³, organizar as relações de prestação de serviço entre as agências, guias, atrativos e Prefeitura Municipal, de maneira que (1) a atividade gerasse divisas (impostos) que pudessem ser

³ Fonte: Entrevista de Antônio Carlos Silveira Soares, ao Programa de Podcast, Prosa em Bonito, da Bionúcleo Gestão e Desenvolvimento. Disponível no endereço: <https://soundcloud.com/bionucleo>.

reinvestidas na infraestrutura pública, (2) facilitasse o pagamento dos prestadores de serviços (guias e atrativos) e (3) permitisse garantir que os atrativos não excederiam o número de visitantes que se havia convencionado em cada local. Isso porque em 1995 os atrativos turísticos não possuíam licenciamento ambiental ou mesmo estudos de capacidade de carga. O limite de visitação era feito a partir de um senso comum sobre qual o limite de pessoas que um guia de turismo poderia conduzir em segurança, por exemplo, 15 pessoas no Monumento Natural Gruta do Lago Azul, ou 12 pessoas em um passeio de cachoeira, como o Cachoeiras do Rio do Peixe.

A sugestão de criação do Voucher Único então foi aceita e aprovada por todos os conselheiros do COMTUR, tanto de origem pública como privada, dando uma abordagem local para um documento comumente utilizado pelo turismo internacional, como um comprovante de pagamento ou ticket de entrada (VIEIRA, 2003), (DECHANDT, 2007, p. 81). Ele tem um funcionamento diferenciado do tradicional respeitando sua função original, mas com algumas funções locais agregadas, para controle e ordenamento da visitação dos atrativos turísticos locais (VIVÊNCIAS, 2006), (LOBO; MORETTI, 2008, p. 57), (SALGADO, 2007), (SOLLER, 2006). O Voucher Único torna-se então a base para o SGTB, cabendo destacar que na qualidade de Instrução Normativa, o documento não possuía força legal de instrumento fiscal, mas assim funcionou até o ano de 2000 quando foi legitimado através da Lei Municipal 37/2000. Ele sofreu alterações ainda no mesmo ano, através da lei 43/2000 quando se vinculou a ele a criação e a cobrança de uma taxa de turismo que seria responsável pela inserção de um serviço de seguro de vida obrigatório ao visitante, com cobertura de 24 horas, com garantia de assistência médica pré-hospitalar, enquanto o visitante permanecesse no município. A Lei dizia que esta taxa e o seguro teriam vigor a partir de janeiro de 2002.

O ano de 1995 foi pródigo ainda com a criação da lei municipal 689/95 que tornou obrigatório o acompanhamento de Guia de Turismo Especializado em Atrativos Naturais, durante as atividades turísticas realizadas em Bonito (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p. 12; 2001), (VIEIRA, 2003), (VIVÊNCIAS, 2006), (SOLLER, 2006), (DECHANDT, 2007, p. 78), (LOBO; MORETTI, 2008). A lei influenciou a prática nos municípios de Jardim e Bodoquena, onde os atrativos turísticos também a adotaram. Alguns estudos destacam inclusive o caráter de “fiscalizador” que o guia

ocupa e a sua contribuição para a educação ambiental nos atrativos turísticos (LOBO; MORETTI, 2008, p. 57). Uma prática pioneira na gestão integrada de políticas públicas que até os dias atuais contribui como um diferencial de qualidade, segurança e até mesmo de monitoramento efetivo e diário no uso turístico dos recursos naturais.

Um papel importante dos guias de turismo e de todo o sistema de gestão do turismo de Bonito que foi tensionado, em janeiro de 2013, quando o Ministério Público Estadual de Mato Grosso do Sul, interditou temporariamente os atrativos Rio Sucuri, Cachoeiras do Rio do Peixe e Aquário Natural Baía Bonita que estavam operando acima de seus limites de visitação, estabelecidos por suas respectivas licenças ambientais. Ocorreu que houveram denúncias sobre os excessos de visitação e após interdição, pagamento de multas e assinaturas de Termos de Ajuste de Conduta (TAC) as empresas voltaram a operar⁴. As atividades turísticas acima dos limites chamam a atenção quando se percebe que o Ministério Público Estadual identificou que esse comportamento de vendas já se estendia a alguns meses, ou seja, durante esse período houve conivência entre as empresas e os guias de turismo que desempenhavam suas funções com regularidade (em plantões de atendimento) em cada atrativo. Ou seja, a ideia de uma atuação profissional dos guias de turismo com foco fiscalizador mostrou fragilidade, mas por outro lado, a atuação do Ministério Público, que agiu a partir de denúncias, evidencie a importância da instituição e de instrumentos legais que permitam a fiscalização e monitoramento do sistema de gestão do turismo. Mais do que um acordo de cavalheiros há a necessidade de instrumentos legais que regulem as relações empresariais e o uso dos recursos naturais.

Ainda analisando o Conselho de Turismo, como a instância máxima de gestão integrada de políticas públicas para o turismo, cabe lembrar que para sua efetivação foi necessário incentivar o desenvolvimento do associativismo e da formalização das organizações que atuavam e atuam no setor turístico. Uma vez que para se ter representatividade no Conselho foram criadas pelos respectivos

⁴ Fontes: (1) <<http://www.campograndenews.com.br/meio-ambiente/multa-a-atrativo-de-bonito-pode-chegara-rs-666-mil-e-outros-podem-ser-fechados>>. Acesso em: 10 set. 2015, às 15h.

(2) <<http://mp-ms.jusbrasil.com.br/noticias/100292725/mpms-atua-contra-desrespeito-de-atrativos-turisticosnas-licencas-ambientais-em-bonito>>. Acesso em: 10 set. 2015, às 15:20h.

setores suas associações ou cooperativas tais como: Associação de Bares, Restaurantes e Similares de Bonito/MS (ABRASEL Seccional de Bonito/MS), Cooperativa de Transportes de Bonito/MS – (Cooperbon), Associação Bonitense de Hotéis (ABH), e Associação dos Operadores de Bote de Bonito/MS – além das já citadas Associação Bonitense de Agências de Ecoturismo (Abaetur), Associação de Guias de Turismo de Bonito/MS (AGTB) e Associação dos Proprietários de Atrativos Turísticos de Bonito e Região (Atratur) (VIVÊNCIAS, 2006), (SOLLER, 2006), (DECHANDT, 2007, p.80). Tal prática incentivou e contribuiu para a disseminação de uma filosofia de gestão compartilhada de políticas públicas através do associativismo e cooperativismo (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p. 14; 2001).

A observação cronológica dos fatos evidencia a importância da década de 90 para a estruturação do sistema turístico de Bonito, onde os anos 2000 foram de consolidação e maturação desse processo e seus atores, não havendo mudanças na legislação ou grandes discussões sobre os papéis de cada ator. Porém hoje, no segundo semestre de 2015, observa-se um enfraquecimento das instituições criadas outrora através da baixa representatividade empresarial. A ABAETUR, por exemplo, possui 16 empresas associadas em um universo de 52 empresas ativas junto a Prefeitura Municipal, ou seja, menos de 16% de participação. A ABH por sua vez possui 26 associados em um universo de 98 meios de hospedagem existentes em Bonito, o que resulta em 26%. E a ABRASEL Seccional conta com 19 associados em um universo de mais 80 estabelecimentos da área de alimentos e bebidas, o que gira em torno de 22% de representatividade da categoria. Segundo a Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio de Bonito, a Cooperbon, e a Associação dos Proprietários e Operadores de Bote estão inativas por falta de gestão e união dos associados. Até a Associação Comercial e Empresarial de Bonito passa por problemas semelhantes, tendo hoje 80 associados aproximadamente, diante de um universo de mais de 3 mil empresas existentes⁵. Esse olhar sobre a representatividade é importante porque são os representantes destes pequenos grupos empresariais que participam de discussões no Conselho Municipal de Turismo e de certa forma determinam (ou deveriam determinar) o direcionamento das políticas públicas de turismo.

⁵ Fonte: <<http://www.empresometro.com.br>>. Acesso em: 08 set. 2015, às 15h.

Uma possibilidade para explicar o afastamento dos empreendedores das instâncias de gestão integrada, em âmbito de segmento ou da cadeia produtiva, talvez seja o fato de que o turismo vem crescendo a cada ano e os efeitos da sazonalidade não são tão percebidos como outrora. O número de visitantes anuais em Bonito, segundo a Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio, é estimado em 250 mil pessoas, com uma taxa de crescimento anual na ordem de 3 a 4% nos últimos dois anos, o que é excelente, principalmente em um ano em que todos os veículos de comunicação de âmbito nacional noticiam a crise e a desvalorização do real, frente ao dólar (o que não é de todo o mal para destinos turísticos nacionais, uma vez que força o turismo interno).

Por outro lado, segundo dados da Secretaria Municipal de Administração e Finanças de Bonito, a competitividade local continua aumentando a cada semana com a abertura de novas agências, meios de hospedagem, bares e restaurantes e isso naturalmente criará novas dificuldades gerenciais e uma necessidade latente de se aumentar o número anual de visitantes. A oferta crescente exigirá um aumento proporcional da demanda através da captação de eventos e um melhor posicionamento estratégico do destino turístico. Necessidades que desafiam os empresários de 2015 da mesma forma que aqueles de 1995 foram desafiados.

Ainda falando sobre desafios é preciso ressaltar que instrumentos para uma adequada gestão ambiental e social também se fazem necessários, tendo em vista o crescimento urbano e o aumento do fluxo turístico. Esse aumento populacional, mesmo que sazonal, provoca o aumento do consumo de água, geração de resíduos sólidos e líquidos, além do adensamento de problemas sociais como consumo de drogas, prostituição, furtos e roubos. Nesse contexto, é fundamental identificar e conhecer os dados dessa realidade, para transformá-los em informação e conseqüentemente planos de ação direcionados para cada necessidade. Partindo sempre do que é valor e visão de futuro para o destino, considerando a opinião da comunidade (esteja ela envolvida ou não com o turismo), empreendedores e profissionais do turismo.

A pressão sobre os recursos hídricos da região exercida pelo próprio turismo e outras atividades produtivas como a agricultura, pecuária e mineração também está aumentando. Por parte dos proprietários dos atrativos turísticos se observa uma

preocupação ambiental, contudo não pela questão ambiental, mas sim pela base lucrativa que os mesmos se tornam quando estes mudam nas suas propriedades particulares para começar a atuar com o turismo (LOBO; MORETTI, 2008, p. 55), mas isso se mostra positivo face a fragilidade do ecossistema local (SOLLER, 2006). Afinal, não se pode esquecer que a prática de uma atividade comercial, dentro do sistema capitalista apresenta pela relação antrópica que gera externalidades positivas e negativas.

As atividades econômicas desenvolvidas em Bonito e região da Serra da Bodoquena, principalmente o turismo, apresentam como externalidades positivas a implantação de 8 RPPNs, totalizando 2.500 há em Bonito (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p. 37; 2001), a geração de emprego e renda, e uma forte parceria de gestão pública e privada que permite que o destino turístico continue se reinventado e crescendo.

Externalidades negativas junto aos recursos naturais, como resultado da ação antrópica, são quase como uma ação esperada ou premeditada. Entretanto, neste caso em que os recursos naturais são o principal produto ofertado, em muitos momentos se comunica que tal fato não ocorre ou é evitado ao máximo. Contudo tais práticas não se verificam de forma tão efetiva quanto comunicado. Como verifica-se em relação a fragilidade das instituições responsáveis pelo licenciamento e a fiscalização ambiental e os eventos turísticos de massa (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p.38; 2001). Outro ponto é a carente qualificação tanto da mão-de-obra operacional, quanto gerencial e estratégica, e esta última tanto na esfera privada quanto na pública (BARBOSA; ZAMBONI, 2000, p. 41; 2001). Outro ponto a ser citado é que apesar da infraestrutura há necessidade de mais práticas de educação e interpretação ambiental, para a sensibilização dos turistas que não conseguem perceber os impactos ambientais (LOBO; CUNHA, 2009, p. 46), ou seja, não se percebem como agentes de um processo de viés cheio de externalidades, não apenas em Bonito durante sua atividade turística, como em seu dia-a-dia.

ANÁLISE DOS DADOS

Inicialmente pretende-se apresentar no tocante a teoria uma explicação relativa ao fato de que Turismo Responsável, sob a perspectiva aqui abordada não é desenvolvimento sustentável, não é responsabilidade social empresarial e também não é ecoturismo. Desta forma a cidade de Bonito e as questões relativas ao turismo abordadas até então serão analisadas sob a perspectiva somente de Turismo Responsável. O SGTB, como pode ser observado anteriormente tem características singulares que serão analisadas de acordo com as bases do turismo responsável.

O SGTB, é uma metodologia criada de acordo com a necessidade local, por profissionais que atuavam no turismo da cidade de acordo com a suas respectivas necessidades. A estrutura criada proporciona ferramentas de acompanhamento e monitoramento para evitar impactos aos recursos naturais, contudo necessita e tem espaço para melhorias (FTO, 2004), (SALGADO, 2007), (INTERNATIONAL, 2010). O Sistema vem contribuindo sistematicamente para o desenvolvimento da economia local carecendo, contudo, de uma fiscalização para melhor redistribuição e alcance junto a toda comunidade (INTERNATIONAL, 2010), (LOBO; MORETTI, 2008). Efetivamente o turismo que a demanda vem buscar é resultado do SGTB, apesar da patente necessidade aprimoramento continua do mesmo ele tornou a cidade uma referência nacional no tocante a turismo de natureza (GOODWIN; FRANCIS, 2003), (FTO, 2004), (LOBO; MORETTI, 2008). A cidade de Bonito possui praticas que vem ao encontro das singularidades do que se busca no turismo responsável criando um lugar melhor para os moradores e trabalhadores.

As ações de gestão do turismo em Bonito são resultado de uma parceria de gestão integrada de políticas públicas com aproximadamente 20 anos de efetivação, se consideramos 1995 como ponto de partida. Contudo a mesma passou até pela carência de qualificação dos diversos gestores por momentos de “altos” e “baixos” mas mantendo-se como um dos principais destinos de turismo do país (SALGADO, 2007), (VIEIRA, 2003). Tais práticas vem contribuindo para o desenvolvimento do turismo local, apesar de se observar *in loco*, a necessidade de uma atenção especial para toda a comunidade de fato (FTO, 2004), (INTERNATIONAL, 2010). As ações vêm contribuindo para o desenvolvimento econômico, mas este precisa ser revertido

para as áreas sócias e culturais, bem como efetivação de uma política de fiscalização e monitoramento ambiental.

O SGTB possibilita a municipalidade um acompanhamento preciso sobre a entrada de divisas no setor de turismo. Tal pratica possibilita uma tributação quase que de 100% sobre os valores comercializados pelas organizações e profissionais do setor (VIEIRA, 2003), (FTO, 2004) (SALGADO, 2007). O poder público alicerçado pela iniciativa privada precisa gerir e levar até a comunidade o retorno destas ações para efetivar o efeito multiplicador que o SGTB pode proporcionar (SPENCELEY et alli, 2002), (INTERNATIONAL, 2010). Desta forma a cidade de Bonito se tornará efetivamente um destino que proporciona ou torna o lugar melhor para os moradores e os trabalhadores antes de sê-lo para os visitantes.

As ações do SGTB proporcionam ferramentas de acompanhamento, monitoramento para evitar os possíveis impactos, principalmente quantitativo de demanda nos atrativos (FTO, 2004). Contudo esta demanda precisa ser mensurada para que se conheça efetivamente o seu real impacto ambiental em cada atrativo turístico do município e região (LOBO; MORETTI, 2008, p. 63), (MEDINA JUNIOR, 2007). Desta forma os seus dados podem ser otimizados para melhoria da operacionalização turística e antes disto para o bem dos recursos naturais e da comunidade local. Um ordenamento acurado se faz necessário para que possa propiciar muito mais benefícios para todos os parceiros envolvidos.

Aliado a princípios da gestão pública a busca pela transparência proporcionada pelo acompanhamento e monitoramento dos dados deve ser um ideal buscado para a gestão do turismo de Bonito. Indo além dos benefícios obtidos até o momento pelas estruturas criadas (BARBOSA; ZAMBONI, 2000; 2001), (SALGADO, 2007). Aliada a recursos tecnológicos não existentes na época da criação há possibilidade de melhoria continua e transparência total da gestão publica do turismo da cidade de Bonito. Tais práticas viriam ao encontro da efetiva aplicação dos recursos das mesmas para a comunidade e índices de melhoria da qualidade de vida dos habitantes (FTO, 2004), (INTERNATIONAL, 2010), (GOODWIN; FRANCIS, 2003), (FTO, 2004). Um turismo que seja efetivamente responsável pelos moradores, trabalhadores e desta forma esta experiência será também para os visitantes.

Outro ponto de melhoria no SGTB é a criação de uma base de dados estatísticos para contribuir para a melhoria dos processos de tomada de decisão no setor público e privado em Bonito e região. Uma prática que está sendo efetivada pelo Bonito Convention e Visitors Bureau (BCVB) em 2015 em parceria com a Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio⁶. Ainda é cedo para traçar comparativos a partir dos resultados do Observatório de Turismo de Bonito, mas a iniciativa é divisora de águas para a profissionalização da gestão do turismo na região, devendo primar pela confiabilidade dos dados, permitindo tanto sua aferição quanto a comprovação de fidedignidade (FTO, 2004), (INTERNATIONAL, 2010). O desafio metodológico da coleta e transformação dos dados em informação vem sendo enfrentado pela iniciativa privada, através do BCVB, mas o trabalho ainda está em fase inicial e utilizando-se dos dados do Voucher Único, dos de visitação ao Monumento Natural Gruta do Lago Azul e informações sobre a taxa de ocupação dos meios de hospedagem (associados a entidade). Uma base metodológica que naturalmente pode ser contestada, mas neste momento cabe apenas salientar sua existência e o passo importante que está sendo dado no sentido do levantamento e tratamento de dados estatísticos.

O novo desafio que se mostra a partir desse momento é disseminar as informações do Observatório e influenciar seu uso no direcionamento de políticas públicas, posicionamentos de marketing e amadurecimento de ações conjuntas tanto de melhoria da prestação de serviços, como no fortalecimento da competitividade do destino Bonito – Serra da Bodoquena. Cabendo um olhar acompanhado de ações reais e estruturais com foco no longo prazo para a comunidade, suas necessidades e desafios – independentemente de estar inserida como mão-de-obra na atividade turística.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo proposto era fazer uma análise de Bonito a luz da teoria de turismo responsável. Cabe ressaltar aqui que alguns pontos foram abordados, mas

⁶ Fonte: Bonito Convention e Visitors Bureau (BCVB) e Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio de Bonito/MS.

que podem ser melhor discutidos em momentos oportunos, como a conceituação e o posicionamento empresarial do destino em termos de “ecoturismo” e o “desenvolvimento sustentável”. Tanto no tocante a sua aplicação em Bonito quanto a sua relação com o tema turismo responsável.

Os autores desta obra percebem que dentro do abordado de conceitos sobre turismo responsável, sim, Bonito vem ao encontro das premissas apresentadas. Com certeza tem muito a melhorar como todos os destinos que por sua vez vieram a receber o prêmio de Turismo Responsável, pois os destinos são feitos criados e vivenciados por seres humanos e estes em sua essência são sempre passíveis de melhorarem suas práticas.

Dentre os pontos abordados nesta obra e que merecem destaque com certeza seria no tocante a responsabilidade dos gestores das organizações do setor de turismo. Tanto na esfera pública quanto na privada. Visto que o destino recebe parcerias inúmeras com excelentes centros de estudos há mais de 20 anos, ou seja, o fato deveria ter sido usado a favor da localidade, tornando os gestores, pontos de excelências em suas respectivas áreas de atuações e da mesma forma os seus funcionários e por extensão, os moradores. Se tal realidade não se faz presente ainda, muito há que se refletir sobre como se estão gerindo as organizações de Bonito.

Todas as esferas do governo municipal devem se envolver no turismo, mas ainda há pensamentos de que somente alguns setores tem relação com o turismo, especialmente na gestão pública municipal. Entretanto se o turismo responsável pensa em um lugar melhor para a comunidade e o governo é do povo para o povo, então não existe setor alheio a comunidade. O envolvimento efetivo e o comprometimento de forma planejada devem ser buscados para que haja integração entre as diversas frentes de trabalho da estrutura pública para que no todo seja benéfico para os moradores e os trabalhadores de fato.

Contudo, antes dos gestores se preocuparem em tornar o lugar bom para os moradores e os trabalhadores esta deve ser uma ação dos mesmos. Ou seja, a comunidade tem que ser atuante nas esferas que lhe cabem, bem como buscar serem trabalhadores cada vez mais qualificados, para que desenvolva uma empregabilidade e autonomia profissional cada vez maior. Como já se verificou em

vários casos nas observações de muitas empresas oriundas de profissionais que começaram a trabalhar na área operacional em atrativos turísticos de Bonito e região da Serra da Bodoquena.

A demanda mesmo que não venha ambientalmente consciente como observado em pesquisas, deve ser sempre orientada para que em sua experiência no local não apenas se deslumbre mas aprenda com os profissionais e a estrutura local existente. Para que antes de saírem de Bonito, saibam compreender a experiência vivida.

O SGTB é resultado de práticas de profissionais e organizações locais que ao longo dos 20 anos de turismo de Bonito, vem contribuindo para a sua efetiva melhoria. Serve de referência sim, mas antes de tudo não para copiar o que fizeram, mas para aprender com os que fizeram. Aprender para que façam em suas localidades de origem o melhor que podem, com o que aprenderam e com o que ali viveram. Ai sim o seu destino será, não tão bom quanto Bonito, mas sim será único como Bonito, pois o povo dali terá feito o que ele se tornou, e isto não tem como copiar. Trata-se da essência a experiência do povo.

REFERÊNCIAS

BALNEÁRIO Municipal de Bonito será Revitalizado com verba de R\$ 1,2 mi. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/04/balneariomunicipal-de-bonito-sera-revitalizado-com-verba-de-r-12-mi.html>>. Acesso em: 12 set. 2015.

BARBOSA, M. A. C.; ZAMBONI. **Formação de um 'Cluster' em torno do Turismo de Natureza Sustentável em Bonito – MS.** Brasília: IPEA, 2000.

BARBOSA, M. A. C.; ZAMBONI. **La Formación de un Cluster en torno al Turismo de Naturaliza Sustentable en Bonito, Brasil.** Santiago de Chile: CEPAL, 2001.

CAPE TOWN CONFERENCE ON RESPONSIBLE TOURISM IN DESTINATIONS, 1., 2002. Cape Town, **Cape Town Declaration...** África do Sul: [S.I.], 2002.

CASTRO, N. **Multa à atrativo de Bonito pode chegar a R\$ 666 mil e outros podem ser fechados.** Meio Ambiente. Campo Grande News. Disponível em: <<http://www.campograndenews.com.br/meio-ambiente/multa-a-atrativo-de-bonito-pode-dechegar-a-rs-666-mil-e-outros-podem-ser-fechados>>. Acesso em: 10 set. 2015.

DECHANDT, S. G. Ecoturismo e seu Desenvolvimento: Um Estudo de Caso Comparado entre Chapada Diamantina - BA e Bonito - MS. Dissertação. (Curso de Mestrado em Administração) Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia. Salvador BA, 2007.

DRESCH, Angela Adélia. **Gestão Financeira em Agências de Viagens e Turismo no Município de Bonito**. 2006. 49 f. Monografia. (Curso de Bacharelado em Turismo) – Instituto de Ensino Superior Funlec. Bonito.

TREVELIN, A.C. Estudos e Pesquisas Turísticas em Bonito. **Conselho Municipal de Meio Ambiente de Bonito/MS: Origem, Estrutura, Composição e Recursos Financeiros**. Noslin de Paula Almeida, Organizador. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2013.

FTO RESPONSIBLE TOURISM COMMITTEE STATEMENT OF COMMITMENT, 1., 2004, Cape Town, **Tour Operators Initiative**....Cape Town: FTO, 2004.

GOODWIN, H.; FRANCIS, J. Ethical and Responsible Tourism: Consumer Trends in the UK. In.: **Journal of Vacation Marketing**, v. 9, n. 3, p. 271-284, 2003.

INTERNATIONAL CONFERENCE ON RESPONSIBLE TOURISM IN DESTINATIONS, 4., 2010. Mascate, **Carta de Oman**... Oman: [S.I.], 2010.

LOBO, H. A.; CUNHA, F. M. Perfil dos Turistas e Percepção de Impactos Ambientais na Gruta do Lago Azul, Bonito-MS. In: **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano VI, n. 1, p. 34-49, jan.-jun. 2009.

LOBO, H. A. S.; MORETTI, E. C. Ecoturismo: As Práticas da Natureza e a Natureza das Práticas em Bonito, MS. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 2, n. 1, p. 43-71, mar. 2008.

MEDINA JUNIOR. P. B. **Avaliação dos Impactos da Visitação Pública no Rio Formoso, Bonito, MS, Brasil: Subsídios à Gestão Ambiental do Turismo em Áreas Naturais**. 2007. 156f. Tese. (Doutorado) Programa de Pós-Graduação da Engenharia Ambiental na Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo. São Carlos.

MP investiga irregularidades em reforma de balneário de Bonito, MS. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2015/07/mp-investigairregularidadeseem-reforma-de-balneario-de-bonito-ms.html>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

MPMS atua contra desrespeito de atrativos turísticos nas licenças ambientais em Bonito. Disponível em: <<http://mp-ms.jusbrasil.com.br/noticias/100292725/mpms-atuacontra-desrespeito-de-atrativos-turisticos-nas-licencas-ambientais-em-bonito>>. Acesso em: 10 set. 2015.

SALGADO, C. M. M. **Uso da Informação no Desenvolvimento do Território Turístico de Bonito – MS**. 2007. 109f. Dissertação. (Mestrado) Programa de Pós-

Graduação em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande.

SOLLER, M. M. L. **A Atividade Turística e o Perfil do Profissional no Município de Bonito/MS com Alternativas para o Desenvolvimento Local.** 2006. 120f. Dissertação. (Mestrado Acadêmico) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande.

SPENCELEY, A., et alli, **Responsible Tourism Manual for South Africa**, Pretoria: Department for Environmental Affairs and Tourism, Jul. 2002.

TRENTIN, F.; SANSOLO, D. G. Políticas Públicas de Turismo e Indicadores de Sustentabilidade Ambiental: Um Estudo sobre Bonito – MS. In: **Turismo Visão e Ação**, v. 8, n. 1, p. 61-74, jan./abr., 2006.

Turismo Responsável – Manual para Políticas Públicas (Org. Sérgio Salazar Salvati) – Brasília, DF, WWF Brasil, 2004.

VIEIRA, J. F. L. **Voucher Único um Modelo de Gestão da Atividade Turística em Bonito-MS.** 2003. 138f. Dissertação. (Mestrado Acadêmico) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande.

VIVÊNCIAS Brasil: Aprendendo com o Turismo Nacional - Bonito. Brasília: BRAZTOA/SEBRAE/MTUR, 2006. Relatório Final de Viagem Técnica em 25 a 29 de setembro de 2006.