

ANÁLISE DAS AÇÕES DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NA PERSPECTIVA DA SUSTENTABILIDADE DO AMBIENTE NATURAL EM UM POLO DE ECOTURISMO NO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL, BRASIL

ANALYSIS OF THE ACTIONS OF THE PROVIDERS OF TOURIST SERVICES FROM THE PERSPECTIVE OF THE SUSTAINABILITY OF THE NATURAL ENVIRONMENT IN AN ECOTOURISM POLE IN THE STATE OF MATO GROSSO DO SUL, BRAZIL

Ademir Kleber Morbeck de Oliveira

Doutor em Ecologia e Recursos Naturais, Universidade Anhanguera-Uniderp, Brasil

akmorbeckoliveira@gmail.com

Luciana Correia Dietrich

Doutora em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

luciana.dietrich@ufms.br

Recebido: Dia Mês Ano

Aceito: Dia Mês Ano

Resumo

A sustentabilidade do ambiente natural é condição *sine qua non* para o turismo e sua própria sustentabilidade. Dentre os componentes da atividade turística, os serviços turísticos destacam-se como aqueles que atuam, positiva ou negativamente, interferindo diretamente no ambiente. No município de Bonito, Mato Grosso do Sul, os recursos naturais se apresentam como os principais elementos de atratividade. Assim, objetivou-se analisar as ações dos prestadores de serviços turísticos, pela perspectiva da sustentabilidade do ambiente natural. A metodologia, de caráter quantitativo e qualitativo e de natureza descritivo-exploratória, utilizou como ferramenta para coleta de dados um questionário semiestruturado, aplicado junto às agências de turismo, aos atrativos turísticos e aos meios de hospedagem. Os resultados identificaram que as ações desenvolvidas são ainda insuficientes para promover a sustentabilidade do ambiente, tanto no que se refere à quantidade bem como à significância destas ações, demonstrando pouco envolvimento com o meio natural.

Palavras-chave: Turismo, Agências de turismo, Atrativos turísticos, Meios de hospedagem, Recursos naturais.

Abstract

The sustainability of the natural environment is a condition of *sine qua non* to the tourism and its own sustainability. Among the components of tourist activity, the tourist services stand out as the ones which operate, positively or negatively, interfering directly into the environment. In Bonito city, Mato Grosso do Sul, the natural resources show as the main elements of attractiveness. Therefore, it has been aimed to analyze the tourist service providers' actions, through the perspective of sustainability of the natural environment. The methodology, of a quantitative and qualitative nature and of a descriptive-exploratory nature,

has used as tool of data collect a semi-structured questionnaire, applied to tourism agencies, to tourist attractions and to accommodation facilities. The results have identified that the developed actions are still insufficient to promote the sustainability of the environment, both in terms of quantity and significance of these actions, demonstrating little involvement with the natural environment.

Keywords: Tourism, Tourism agencies, Tourist attractions, Accommodation facilities, Natural resources.

1. INTRODUÇÃO

Em Bonito, estado do Mato Grosso do Sul, o turismo se destaca como uma das mais importantes e significativas atividades econômicas, baseado nas características naturais da região. O número de empregos gerados por esta atividade (aproximadamente 4.000, direta e indiretamente) representa cerca de 40-50% do PIB do município (LOMBA, 2011; BONITO, 2016). A singularidade da região, localizada em uma área cárstica (rica em rochas calcárias), é evidenciada pela presença de grutas, cascatas e cachoeiras, sumidouros, ressurgências e, principalmente, pelos diversos rios de águas cristalinas (Formoso, Prata, Peixe, Sucuri e Perdido), que aliados à riqueza da biodiversidade, com fauna e flora exuberantes, viabilizam atividades de interação, tais como trilhas, mergulhos e flutuação, entre outras, com roteiros diversificados (SILVA, 2015).

A diversidade ambiental permitiu a inserção da atividade turística em Bonito na década de 1970, com crescimento expressivo entre os anos de 1980 e 1990, assim como possibilitou transformações no panorama econômico-social para atender sua demanda. Este crescimento pode ser demonstrado pelo número de turistas que visitaram o município: em 1997 Bonito recebeu 143.037 turistas; em 2003, 227.963 turistas; em 2016, 212.817 turistas; e, em 2019, 209.568 turistas (BONITO, 2016, 2017a, 2017b, 2020).

O ambiente natural, assim como sua sustentabilidade é, muitas vezes, enfatizado pelos meios de comunicação e divulgação, ao tratarem do turismo neste município, que já recebeu títulos e prêmios que o destacam como um dos mais importantes destinos de ecoturismo do Brasil, por seu turismo responsável (SOUZA; TREVILIN, 2016). Por estes motivos, a região é destaque nacional e internacional quando o assunto é natureza e ecoturismo.

O termo sustentabilidade está relacionado à capacidade de se sustentar, de se manter para sempre. Tal significado representa, como característica mais significativa, a justiça em relação às futuras gerações, pois é necessário utilizar os recursos naturais de maneira consciente, para que eles estejam disponíveis, em quantidade e qualidade, para

as gerações futuras. Nesta perspectiva e, em se tratando de recursos naturais, sua exploração não deve implicar (nunca) seu esgotamento, requerendo, portanto, atenção especial. Além do mais, é dos elementos naturais de que o homem, de fato, depende para sua sobrevivência (MIKHAILOVA, 2004).

O tema sustentabilidade dos recursos naturais tem sido objeto de discussões, sobretudo em torno de suas causas, consequências, responsabilidades e aplicabilidade. O termo sustentável é mencionado pela primeira vez em 1987, na proposta da Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), criada pela Organização das Nações Unidas (ONU), envolvendo os princípios de equidade social, eficiência econômica e prudência ecológica (CORIOLANO; LEITÃO; VASCONCELOS, 2009).

A partir de então, a sustentabilidade passa a ser alvo das causas sociais e ambientais, principalmente quando relacionadas à sociedade industrial e seu modo de desenvolvimento (BURSZTYN; BURSZTYN, 2013). Embora seu conceito ainda não esteja completamente/unanimemente resolvido, Faria e Carneiro (2001, p. 14) declaram que nas inúmeras conceituações existentes, é possível identificar componentes comuns a todas elas, quais sejam: “[...] a manutenção em certo nível, evitando o declínio; a continuidade de certo recurso, sistema, condição ou relacionamento”. Já para Oppliger, Ronda e Oliveira (2020), somente quando o modelo promove o crescimento econômico com impactos positivos em termos sociais e não destrutivos, em termos ecológicos, poderia ser chamado de sustentável, sendo que um dos critérios de sustentabilidade é a redução da pobreza, da desigualdade social e a proteção ambiental.

Deste modo, a sustentabilidade ganha relevância, amparada pela legislação brasileira (em especial pela Lei nº 6.938 que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente), a qual considera o meio ambiente como patrimônio público a ser necessariamente assegurado e protegido e, assim sendo, a proteção e o equilíbrio ecológico norteiam seus princípios, objetivos, instrumentos e demais conteúdos nela contidos (BRASIL, 1981).

O meio empresarial é também envolvido neste debate, especialmente na década de 1990 com o advento da Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento e Meio Ambiente (conhecida também como Rio-92 ou Eco-92), que propagou o assunto e envolveu definitivamente as empresas neste propósito. De acordo com Willard (2014), a sustentabilidade constitui uma sólida fonte de valor para as empresas, quando bem empregada, sendo necessário entender profundamente o tema.

Neste cenário (que envolve turismo e sustentabilidade dos recursos naturais) encontram-se, inevitavelmente, os serviços turísticos como um dos responsáveis pela efetivação desta atividade e das interações que ocorrem entre ambos, além de serem possíveis instrumentos de proteção ou degradação do meio e, sendo assim, tornam-se responsáveis por sua conservação. Conceitualmente, serviços turísticos se referem àqueles prestados exclusivamente para o turista (MOLETTA; GARCIA, 2000).

Em Bonito, acompanhando o desenvolvimento da atividade turística, grande parte dos hotéis, restaurantes e agências foi instalada a partir de 1993 e, desde então, o número de empreendimentos cresceu vertiginosamente. O município conta com 46 agências de turismo, 70 meios de hospedagem e 33 atrativos turísticos, sendo estes últimos, em sua maioria, localizados na área rural (BONITO, 2016, 2017b).

Isto posto, compreende-se que o turismo e especialmente o município de Bonito possuem uma estreita relação com os recursos naturais, impactados pelos serviços turísticos; sendo assim, objetivou-se analisar as ações dos prestadores de serviços turísticos, pela perspectiva da sustentabilidade do ambiente natural de Bonito.

2. REVISÃO TEÓRICA

2.1 Prestadores de serviços turísticos e a relação com a sustentabilidade ambiental

Compreender o significado de serviços é uma condição preliminar para as abordagens sobre serviços turísticos e prestadores de serviços turísticos. Desta forma, conforme estudos de Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014), das diversas definições de serviços, duas características são comuns a todas elas, quais sejam: a intangibilidade e o consumo simultâneo. Os autores escrevem ainda que, dentre os conceitos existentes, serviços podem ser considerados como atividades econômicas cujo produto não é um bem físico ou construído, sendo consumido no momento de sua produção e fornecendo valor agregado em formas representativas de valores intangíveis do consumidor, tais como diversão, conforto e/ou saúde, por exemplo.

Serviço significa o ato ou desempenho que uma parte pode oferecer a outra e que seja essencialmente intangível, não resultando na propriedade de nada, podendo ou não estar vinculado a um produto físico. De acordo com Magalhães (2018), é uma espécie de produto que normalmente não se apresenta de forma concreta, resultado de, no mínimo, uma atividade desempenhada na interface do fornecedor com o cliente.

Os serviços (em geral) são bastante significativos para a economia das sociedades, contribuindo sobremaneira para com sua “saúde” e funcionamento. Vale esclarecer que,

embora a prestação de serviço seja uma atividade antiga, tal relevância corresponde aos dias atuais, características da sociedade pós-industrial. É interessante ressaltar que, o lazer, um dos objetivos e segmentos do turismo, inseriu-se como elemento para o padrão e a qualidade de vida da sociedade pós-industrial (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2014).

Destaque-se que os serviços turísticos se referem àqueles prestados exclusivamente para o turista durante toda a cadeia de produção, como os oferecidos pelas agências de viagens e pelos guias de turismo (MOLETTA; GARCIA, 2000). Para Lohmann e Panosso Netto (2012), os serviços turísticos estão associados, envolvem e dependem dos equipamentos turísticos para serem oferecidos. Os autores exemplificam: as agências de viagens são equipamentos turísticos que oferecem os serviços de venda de passagens, reservas de tickets para shows, pacotes turísticos e consultoria para uma determinada viagem; os meios de hospedagem (hotéis, albergues, pensões e pousadas, entre outros) são equipamentos turísticos que oferecem hospedagem e outros serviços e comodidades, e assim por diante.

Assim, os serviços turísticos são tanto necessários quanto importantes componentes da atividade turística, pois fazem parte/proporcionam a experiência aguardada e desejada pelo turista. Ou seja, a experiência turística está estreitamente relacionada ao consumo de serviços, principalmente dos serviços turísticos (BENI, 2019). Neste sentido, as agências de viagens, os meios de hospedagem e outros empreendimentos turísticos são responsáveis por oferecer os diversos serviços necessários para a efetivação da atividade turística, sendo considerados prestadores de serviços turísticos.

Diferentemente do que é comum nas discussões e estudos sobre turismo e sustentabilidade do ambiente natural (comumente envolvem apenas os segmentos relacionados à natureza como o ecoturismo por exemplo), os prestadores de serviços turísticos (todos) se relacionam de alguma forma com o meio e, portanto, também são responsáveis pela sua preservação (todos são). Tal ênfase é preocupante na medida em que promove uma certa conotação de isenção de responsabilidades dos demais segmentos do turismo para com o ambiente e sua sustentabilidade. Importante lembrar que, independentemente do segmento e da localidade onde o turismo está sendo desenvolvido, o meio (inclusive o natural) sofre seus impactos (negativos ou positivos), direta ou indiretamente, por meio dos serviços que permitem que tal atividade se efetive (DIETRICH; OLIVEIRA; GARCIA, 2016).

Mesmo de forma ainda incipiente, já é possível identificar alguns “olhares” para a correlação existente entre os serviços turísticos e a sustentabilidade do ambiente natural.

A exemplo disto, o manual elaborado pela Convenção da Diversidade Biológica (CDB) - “Turismo Favorecendo a Biodiversidade: Um manual para a aplicação das Diretrizes da CDB para a Biodiversidade e o Desenvolvimento do Turismo”, publicado em 2015, menciona vários estudos e trabalhos que abrangem as empresas de turismo, principalmente os meios de hospedagem, além de recomendar ações e posturas a esses empreendimentos que confluem à sustentabilidade da biodiversidade.

O Programa de Regionalização do Turismo, quando trata do turismo relacionado à sustentabilidade, sugere que os empreendimentos turísticos adotem práticas sustentáveis, seja por meio das suas atividades, seus produtos, seja pelos seus serviços. Tais sugestões demonstram que essas empresas têm papel relevante no que diz respeito à preservação do meio e podem corroborar a efetivação de políticas públicas (BRASIL, 2007).

O Ministério do Turismo, por meio de um guia voltado para os prestadores de serviços turísticos e práticas sustentáveis, objetiva que os empreendedores adotem medidas capazes de tornar os estabelecimentos mais sustentáveis, tornando-se, assim, agentes e multiplicadores de práticas que beneficiem o ambiente, as comunidades locais e os destinos. São quatro princípios na busca do desenvolvimento sustentável: sustentabilidade ambiental, sociocultural, econômica e político-institucional, por meio de ações simples e de baixo custo, como: redução do consumo de energia, de água, destinação correta de resíduos e valorização da cultura local, dentre outras (BRASIL, 2016).

Pode-se entender que o Código Mundial de Ética para o Turismo, publicado pela Organização Mundial do Turismo em 1999, envolve também os prestadores de serviços turísticos como responsáveis pela sustentabilidade do meio à medida que afirma que “todos os agentes de desenvolvimento turístico têm o dever de proteger o meio ambiente e os recursos naturais [...]”, corroborando, assim, a sobrevivência da atividade, do ambiente natural e do homem.

Ambiente natural, o qual também é chamado por Silva (2004, p. 21) de ambiente físico, é considerado como um dos três aspectos que integram o ambiente, sendo este composto pelo “[...] solo, a água, o ar atmosférico, a flora; enfim, pela interação dos seres vivos e seu meio, onde se dá a correlação recíproca entre as espécies e as relações destas com o ambiente físico que ocupam”. Tal concepção é também defendida por Fiorillo e Rodrigues (1996) e Rebello Filho e Bernardo (1998) que, em suma, consideram que os elementos da natureza promovem o equilíbrio dinâmico entre os seres vivos e o ambiente.

Para Fonseca e Prado (2008, p. 109), é considerado ambiente natural “[...] o ambiente que, conserva sua fisionomia natural, apresenta características bióticas e

abióticas próximas à situação original, que apresenta poucos ou nenhum indício de ação antrópica (lixo, urbanização, espécies exóticas, etc.) [...]” Neste contexto, há que se considerar a existência de relação entre os elementos da natureza, o homem e suas atividades (o turismo seria uma delas). A relação entre homem e natureza, na visão de Morin (1988), é possibilitada pela cultura que o ambiente sociocultural lhe compete, o que possibilita relacionar-se com ela de forma autônoma, dependente e organizadora.

Por outro lado, é também uma relação de domínio do homem sobre os recursos naturais, a qual, por muito tempo, esteve pautada no “progresso” da humanidade, que considerava principalmente a dimensão e a valorização econômica, desconsiderando os limites ambientais. Tal comportamento, somado à interpretação de natureza ilimitada e subserviente a todos os propósitos humanos, vem aproximando a Terra dos seus limites (OLIVEIRA, 2009). À vista disso, a sustentabilidade deve moderar as ações dos prestadores dos serviços turísticos tendo como entendimento que a “[...] a sustentabilidade como um novo paradigma é uma concepção muito ampla, pois leva em conta a relação de todas as atividades econômicas, científicas e tecnológicas com o meio ambiente, em escala planetária” (CORRÊA *et al.*, 2009, p. 9).

Referente ao significado de sustentabilidade, esta trata de uma relação entre sistemas econômicos dinâmicos e sistemas ecológicos maiores, também dinâmicos, que se modificam. Porém, a relação e tais mudanças não interferem na continuidade indefinida da vida humana (NORTON, 1992). Costanza (1992) relaciona a sustentabilidade com a capacidade de organização e o vigor e a resiliência de um sistema, mesmo com o passar do tempo. No entanto, Enriquez (2008) desconfia que a prática da sustentabilidade é menor que o discurso existente. Além disso, de acordo com Mikhailova (2004), há que se ter um maior cuidado na utilização do termo sustentável para que este não seja utilizado a toda e qualquer atividade que reserve recursos para o futuro pois, utilizando seu sentido estrito e avaliando profundamente os efeitos decorrentes das atividades, a maioria não poderia ser considerada realmente sustentável.

Para Sachs (2011), o conceito de sustentabilidade possui diversas dimensões (social, cultural, ecológica, ambiental, territorial, econômica, política nacional e sustentabilidade política internacional) e, dentre estas, a sustentabilidade ecológica e a ambiental são as que envolvem diretamente os recursos naturais. Para a dimensão ecológica, o autor estabelece como critérios a preservação do potencial do capital natureza na sua produção de recursos renováveis e a limitação do uso dos recursos não-renováveis. Já para a dimensão ambiental, o respeito e atenção à capacidade de autodepuração dos

ecossistemas naturais são condições para a sustentabilidade desta vertente. Já Mendes (2009) conceitua a expressão “sustentabilidade ecológica” como aquela que está relacionada à natureza externa ao homem, na qual as interferências e modificações humanas afetam o grau de sustentabilidade, ou seja, quanto mais modificações, menor a sustentabilidade e vice-versa. Sendo assim, a atenção deve estar voltada ao controle dos recursos naturais e ao respeito a sua capacidade de renovação.

Sob a percepção do turismo e segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2016, p. 8), o aspecto natural da sustentabilidade é associado à expressão “sustentabilidade ambiental” que é definida como aquela que “[...] assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos.” A proteção da natureza, quer seja denominada de sustentabilidade ambiental e/ou ecológica ou ainda considerada como uma dentre as diversas dimensões de sustentabilidade, é crucial para a sobrevivência do homem e de seus meios de sobrevivência. Neste sentido Sachs (2011, p. 70) afirma que “[...] a conservação da biodiversidade é condição necessária do desenvolvimento sustentável”, com Mikhailova (2004) acrescentando que o nível da composição do capital natural é que define a sustentabilidade. As implicações das atividades humanas (dentre inúmeras, as relacionadas ao turismo) podem viabilizar ambientes naturais mais ou menos sustentáveis e, portanto, tornam-se fundamentais adjuvantes no intuito da conservação.

3. METODOLOGIA

3.1 O lócus do estudo

O município de Bonito está localizado no sudoeste do estado de Mato Grosso do Sul, na região da Serra da Bodoquena, a 265 Km de distância da capital, Campo Grande. A região possui uma diversidade de ambientes, resultado das peculiaridades geográficas da região, tais como a localização na borda sudeste do Pantanal Mato-Grossense, uma grande planície de inundação do Rio Paraguai. É uma área de transição entre o Cerrado e o Pantanal, com vegetação predominantemente do bioma Cerrado e presença de florestas estacionais decíduais e semidecíduais, clima tropical úmido com temperatura média de 22 °C no período de seca e estrutura geológica predominantemente sobre rochas carbonáticas (calcários e dolomitos) (OLIVEIRA *et al.*, 2009).

3.2 População investigada

O estudo foi desenvolvido junto aos serviços turísticos delimitados em: agências de turismo, atrativos turísticos e meios de hospedagem (hotéis e pousadas). Além destes, foram incluídos três atrativos localizados no município de Jardim por possuírem escritórios em Bonito e serem divulgados e comercializados por esta cidade. O levantamento do universo pesquisado teve como fonte o Observatório de Turismo de Bonito e a amostra foi calculada a partir da população composta por 149 serviços turísticos divididos em: 46 agências de turismo, 33 atrativos turísticos e 70 meios de hospedagem. A amostragem foi aleatória e proporcional ao número de serviços turísticos e, conhecendo sua quantidade, calculou-se o tamanho da amostra a ser pesquisada, considerando a variável nominal e a população finita, com nível de confiança de 95%, de acordo com Fonseca e Martins (2011).

3.3 Metodologia e análise de dados

A abordagem foi de caráter quantitativo e qualitativo, de natureza descritivo-exploratória, por meio da aplicação de um questionário semiestruturado dirigido aos responsáveis pelos empreendimentos investigados, abordados pessoalmente ou via endereço eletrônico. Tal questionário foi submetido ao Comitê de Ética (Parecer número 1.325.194), aprovado e acompanhado pelo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

O questionário, aplicado e reavaliado em 2018, envolveu questões que identificaram: o perfil do empreendimento (tipologia, tipo de gestão, tempo de existência, classificação e serviços ofertados); compreensão acerca da sustentabilidade, da importância e da relação desta com a atividade turística, com o município de Bonito e com o empreendimento. Além destas perguntas, o instrumento buscou aferir as ações dos investigados com vistas à sustentabilidade do meio natural. As informações coletadas foram tabuladas no *software Sphinx Léxica 5.0* aplicando-se análises univariadas, nas quais observaram-se as frequências das variáveis.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em relação às agências de turismo, os serviços turísticos de Bonito caracterizam-se, em sua maioria, como receptivas (80%) e, também, como operadoras e especializadas na destinação Bonito e Pantanal e/ou nos segmentos relacionados ao turismo de natureza (ecoturismo, vida silvestre e turismo de aventura). Tais características estão de acordo com a expressiva demanda de turistas no município, pois as agências são as únicas responsáveis pela comercialização dos atrativos e dos serviços de guias locais.

Os serviços ofertados pelas agências correspondem ao perfil de suas atividades, sendo que para a maioria, resumem-se em passeios e atrativos turísticos, meios de hospedagem, serviços de guia, traslados, locação de automóveis e pacotes turísticos. São de gestão independente e o tempo de existência de 36% não chega a cinco anos. As demais têm entre 6 a 10 anos (28%) e trabalham no setor há mais de 10 anos, 28%.

Em se tratando do perfil dos atrativos turísticos, exceto três deles, todos os demais são da tipologia natural (90,5%), os quais proporcionam atividades bastante diversificadas, principalmente trilhas em áreas naturais, flutuação e mergulho nos corpos hídricos, cavalgada, tirolesa, observação de aves e contemplação. Além dessas, dispõem de *boia-cross*, arvorismo e passeios de bicicletas, entre outras atividades, nas dependências do local.

Muitos atrativos agregam serviços de alimentos e bebidas (restaurantes, bares e lanchonetes), lojas de suvenires e aluguel de equipamentos (roupas e acessórios para mergulho, caiaque, *standup* e pedalinhos). Estes serviços, por sua vez, propiciam diversidade de aproveitamento dos recursos naturais, além de conforto a seus visitantes, sendo ainda uma forma de aumentar a renda desses empreendimentos.

Dentre os atrativos, apenas dois estão sob a gestão pública municipal. Os demais são de gestão privada, indicando que o processo turístico em Bonito se baseia na iniciativa privada. A comercialização da grande maioria dos atrativos ocorre há mais de 10 anos (71,4%) e uma pequena parcela (19%) tem entre 6 e 10 anos de utilização comercial. Entende-se assim, que muitas localidades e seus respectivos recursos já são explorados há bastante tempo pelo turismo. Devido à complexidade de características dos diferentes atrativos turísticos, o número mensal de visitantes varia bastante, sendo que há desde atrativos que recebem, em média, 30 visitantes/mês até aqueles que atendem 2.800 pessoas mensalmente.

A respeito dos meios de hospedagem avaliados, estes se concentram na tipologia pousada (46,7%) e hotel (33,3%), de categoria mediana (40% - 3 estrelas; 16,7% - 2 estrelas e 20%, econômicos), sendo a maior parte de gestão independente (90,0%). Proporcionalmente às tipologias e classificação dos meios de hospedagem, a maioria não alcança o número de 100 unidades habitacionais (UH), com a predominância de pequenos estabelecimentos (entre 8 a 15 UH). Estes locais disponibilizam serviços e equipamentos básicos, tais como: estacionamento, piscina, lavanderia, agência de turismo, bar e serviço de copa. Alguns poucos oferecem atividades, estrutura e/ou equipamentos voltados à

recreação, como: salão de jogos, academia e/ou sala de ginástica, hidromassagem, quadras e campos esportivos, *playground*, além de restaurantes e salões para eventos.

Em relação ao entendimento dos responsáveis pelos serviços turísticos acerca da sustentabilidade ambiental dos recursos naturais, uma parcela dos entrevistados não respondeu ao questionário, sendo 28% das agências, 4,7% dos atrativos e 40% dos meios de hospedagem. Levando-se em consideração estes percentuais, pode-se supor que os responsáveis, por relacionarem-se diretamente ao ambiente natural, tenham maior percepção e interesse pela problemática ambiental. Por outro lado, os responsáveis pelos meios de hospedagem e agências, ao que parece, não se consideram diretamente ligados a este ambiente, demonstrando um certo distanciamento da questão e falta de compreensão do problema.

Assim, para as agências de turismo, a sustentabilidade dos recursos naturais na região relaciona-se ao mínimo impacto que pode ocorrer no ambiente se a utilização dos recursos, por meio das atividades desenvolvidas pelo turismo no meio natural, acontecer de forma organizada, controlada e monitorada. Isso é possível, segundo as respostas obtidas, se houver conhecimento, consciência e responsabilidade de todos os envolvidos. Além disso, a sustentabilidade ambiental tem a ver com o fortalecimento, desenvolvimento econômico e geração de emprego e renda que beneficiem a comunidade local, ao mesmo tempo que promova a conservação das áreas e seus recursos naturais, especialmente dos atrativos turísticos, garantindo desta forma sua manutenção a longo prazo. Porém, para uma das agências pesquisadas, este cuidado e consciência ambiental não acontece em Bonito.

Já os responsáveis pelos atrativos turísticos, além de convergirem com os apontamentos das agências, acrescentaram ações e atitudes capazes de manter o ecossistema inalterado, em particular, os atrativos de Bonito, quais sejam: capacidade de carga controlada, visitação limitada e com acompanhamento de guia de turismo, monitoramento dos impactos ambientais das atividades e recuperação das áreas de margens de rio. Para eles, os procedimentos indicados são possíveis de ocorrer com um planejamento eficiente, o que possibilitaria a real efetivação de um turismo sustentável. Os responsáveis pelos atrativos ainda explicam que os impactos muitas vezes são causados por componentes químicos que os turistas trazem no corpo, tais como: creme de cabelo, talco, protetor solar, protetor labial, batom e repelente, por exemplo.

De qualquer forma, segundo relatos dos responsáveis pelos atrativos, a atividade turística promove em Bonito e na Serra da Bodoquena, de certa forma, a preservação do

ambiente, uma vez que os gestores destes empreendimentos (privados) têm demonstrado preocupação por meio de investimentos em estudos de capacidade de carga e de impactos ambientais, entre outros. Porém, pode-se questionar se estas ações, que levariam ou permitiriam a sustentabilidade têm, de fato, por finalidade, a preservação do meio ou são executadas visando apenas à manutenção de sua fonte de renda. Por outro lado, alguns gestores de atrativos alegaram que o turismo provoca erosões nas trilhas, a poluição do ambiente e o uso excessivo de determinados recursos naturais, como a água, o que leva a sua perda de qualidade.

Para os responsáveis pelos meios de hospedagem, a sustentabilidade está relacionada ao equilíbrio entre a prática do turismo e a conservação dos recursos naturais do município (rios, nascentes, fauna e flora) e dos atrativos turísticos. Tal equilíbrio pode advir do gerenciamento responsável e de ações do dia-a-dia (compostagem, coleta seletiva, reciclagem e limitação de visitação dos passeios, por exemplo) de uma população e clientes preocupados e envolvidos nos processos de sustentabilidade ambiental.

Uma das declarações, no entanto, chama a atenção para a relação de interferência dos demais setores da economia no turismo sustentável e a forma como isto ocorre em Bonito: “Acho que as extrações de calcário e brita, também a criação de gado e o cultivo de grãos são prejudiciais a esta localidade”. Esta informação demonstra que poucos respondentes possuem uma percepção abrangente sobre o problema da sustentabilidade na região, em que atividades não diretamente relacionadas com o turismo ameaçam a própria existência do turismo. Entretanto não se pretendeu avaliar o domínio dos respondentes em relação a qualquer um dos conceitos que envolvem a questão formulada (sustentabilidade, meio ambiente, sustentabilidade ambiental e recursos naturais, entre outros), mas apenas averiguar o conhecimento que eles têm sobre tais temas.

Assim, considerando que as respostas compreendem conteúdos como: mínimo impacto, fragilidade dos recursos naturais, ações e atitudes positivas na utilização desses recursos sem desconsiderar as atividades econômicas e responsáveis com o futuro, percebe-se que tais respostas se aproximam do que está posto pela teoria, demonstrando um conhecimento elementar acerca da sustentabilidade. De qualquer modo, sustentabilidade, ambiente, sustentabilidade ambiental, recursos naturais e desenvolvimento sustentável, entre outros termos e expressões, são bastante complexos e ainda não se encontram totalmente amadurecidos (MIKHAILOVA, 2004; CORRÊA; PIMENTA; ARND, 2009; FENNELL; COOPER, 2020).

No entanto, contrapondo os argumentos apresentados pelos pesquisados e alguns conceitos e critérios de sustentabilidade, de sustentabilidade ambiental (também chamado de sustentabilidade ecológica) e/ou desenvolvimento sustentável, por exemplo, é possível vislumbrar afinidades entre eles, de acordo com Mikhailova (2004), Mendes (2009) e Sachs (2011), como por exemplo, o equilíbrio da atividade turística e a proteção dos recursos naturais.

Quanto aos impactos negativos causados pela atividade turística e descritos por alguns prestadores de serviços, eles estão de acordo com os estudos de Buckley (2012), que concluiu que o turismo contribui para a poluição da atmosfera, solo e das águas, sendo relacionados às emissões gasosas e produção de resíduos sólidos e líquidos, além do consumo de água, energia e materiais. Tal ideia é admitida por Coriolano, Leitão e Vasconcelos (2009), que entendem que o turismo é um tipo de consumo do espaço, o qual envolve a natureza, e por isso, fazer turismo significa viver a própria natureza. Sendo assim, mesmo protegendo-a, é sempre uma atividade de risco que implica (in)sustentabilidade.

Considerando que o turismo está relacionado a impactos ambientais provocados e/ou evitados pelos componentes dessa atividade, como os serviços turísticos, foi questionado aos investigados se eles contribuem para a depredação do meio natural. Os resultados demonstram que a maioria dos respondentes (72% das agências de turismo, 71,4% dos atrativos turísticos e 63,3% dos meios de hospedagem) não acredita serem, de nenhuma forma, causadores de impactos negativos no ambiente natural (Tabela 1).

Tabela 1 - Contribuição dos serviços turísticos para a depredação do ambiente natural, de acordo com respostas obtidas dos gestores dos serviços turísticos, município de Bonito e região, Mato Grosso do Sul

	Agências	Atrativos	Hospedagem
Não resposta	12,0%	9,5%	13,3%
Não	72,0%	71,5%	63,4%
Sim	16,0%	19,0%	23,3%
Total	100%	100%	100%

Fonte: os autores.

Desta forma, infere-se que o entendimento sobre sustentabilidade ambiental, anteriormente apresentado, não se sustenta completamente quando as empresas não se veem, de fato, relacionadas ao ambiente natural. Tal inferência se apoia tanto naqueles que afirmaram não depredar o ambiente quanto nos que não responderam a este questionamento (12,0% das agências; 9,5% dos atrativos e 13,3% dos meios de hospedagem), pois todos demonstram não saber como o ambiente pode ser afetado pelas ações cotidianas.

Todavia, algumas (poucas) respostas foram afirmativas e assim justificadas pelos gestores das agências de turismo: a depredação ocorre quando consumimos o papel por meio de impressões de documentos e também por meio das vendas realizadas que promovem o consumo excessivo dos recursos naturais, levando a sua perda de qualidade. O gestor de uma das agências reconheceu que “todos atingimos o meio de alguma forma, contudo, boas práticas são fundamentais”. Por outro lado, os responsáveis pelos atrativos consideram que a depredação do meio natural se dá apenas com a produção de resíduos, mesmo quando destinados à reciclagem.

Já os responsáveis dos meios de hospedagem, dos quais se obteve o maior número de respostas afirmativas, demonstraram não compreender o significado do termo "depredação" e/ou o conteúdo da questão, pois as respostas, em sua maioria, não confluíram para a afirmação anterior. Apenas três respostas foram então consideradas, sendo estas: “só de estarmos aqui, usarmos energia elétrica, estamos impactando, não depredando”; “todos contribuímos de alguma forma” e pelo “consumo de energia”.

Acredita-se que esta consciência possa favorecer um melhor comportamento com vistas à sustentabilidade. Assim, relacionando estes últimos dados às tipologias e características dos empreendimentos apresentadas anteriormente, pode-se entender que talvez os profissionais de turismo de Bonito ainda não tenham formação suficiente, adequada e/ou completa que abarque, inclusive, a problemática ambiental. De acordo com Bánkuti e Bánkuti (2014), uma das principais dificuldades para a melhoria das questões ambientais são as limitações de conhecimento técnico e científico. A solução para este problema poderia estar relacionada a uma melhor capacitação dos gestores, através de cursos sobre a temática sustentabilidade empresarial e os recursos naturais, por exemplo.

A fim de identificar a relevância da conservação dos elementos naturais para a atividade turística através da percepção dos gestores dos serviços turísticos, foi questionado como eles consideram a sustentabilidade do meio: fundamental, muito importante, importante, pouco importante ou desnecessária. Os resultados desta questão (Tabela 2) demonstram que para a maioria dos investigados a sustentabilidade dos recursos naturais é fundamental, tanto para a atividade turística quanto para as empresas e o município de Bonito e região. Todavia, mesmo que poucos respondentes não tenham assim considerado, acredita-se que isso já seja motivo de atenção, pois o meio natural é o cerne da atividade turística na região, devido às peculiaridades do ambiente. Também foi possível identificar que, para uma parcela dos empreendimentos turísticos, isto é

indiferente, pois não se preocuparam nem mesmo em responder a este questionamento (Tabela 2).

Tabela 2 - Avaliação dos gestores dos serviços turísticos sobre a sustentabilidade dos recursos naturais em relação à atividade turística, ao próprio empreendimento (agências, atrativos ou meio de hospedagem) e ao município de Bonito

	Agências			Atrativos			Hospedagens		
	AT	AG	Bonito	AT	ATR	Bonito	AT	MH	Bonito
Não resposta	4,0%	4,0%	4,0%	9,5%	9,5%	9,5%	3,3%	3,3%	3,3%
Fundamental	84,0%	44,0%	80,0%	71,4%	71,4%	76,0%	76,0%	56,0%	83,0%
Muito importante	12,0%	32,0%	12,0%	14,3%	9,5%	14,0%	16,6%	23,0%	10,0%
Importante	0,0%	8,0%	4,0%	4,8%	9,5%	0,0%	3,3%	13,0%	3,3%
Pouco importante	0,0%	12,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	0,0%
Desnecessária	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

AT=Atividade turística; AG=Agências; ATR=Atrativos; MH=Meios de hospedagem. **Fonte:** os autores.

Assim sendo, os serviços turísticos de Bonito não compactuam com a ideia de Dias (2015, p. 5) para quem “um ambiente natural saudável e funcionando adequadamente é uma importante atração turística e ajuda a elevar a consciência do valor intrínseco da natureza para todos nós”. Para Sabino, Andrade e Bessa (2012), a relação do ser humano com os recursos naturais é uma necessidade. Estes autores consideram que o ser humano possui uma ligação emocional inata com a natureza e por isso busca aproximar-se dela, resgatando muitas vezes inconscientemente, sua própria natureza e recuperando elementos da paz interior que se perdem no cotidiano. A natureza possui o poder restaurador e revigorante e ao aproximar-se dela o homem percebe a grande afinidade que tem com a biodiversidade. Desta maneira, a conservação da natureza é indispensável para o turismo, para o turista e para o município de Bonito, e assim deveria ser para os serviços turísticos, que dependem do ambiente para sua perenidade.

De acordo com Silva Júnior (2002), no decorrer do século XXI esperam-se turistas cada vez mais exigentes, os quais terão maior consciência ambiental e social e desejarão, cada vez mais, agregar mais conhecimento às atividades de lazer, preocupados com a sustentabilidade dos recursos naturais. Entretanto, a situação descrita pelo autor ainda carece de comprovação, que confirme a existência, em grande escala, deste novo tipo de turista.

Talvez mais importante do que entender o significado de sustentabilidade e/ou a necessidade de conservação dos recursos naturais, seja colocar em prática tal compreensão e, sendo assim, considera-se que os serviços turísticos ainda estão bem aquém do ideal. Esta conclusão é resultado do que foi observado, onde uma grande parcela dos empreendimentos (Tabela 3) ainda não incorporou estas práticas nas ações cotidianas relacionadas ao uso da água, energia e resíduos.

Tabela 3 - Ações dos gestores dos serviços turísticos de Bonito e região, Mato Grosso do Sul, que visam minimizar o uso de água, energia, resíduos e outros

Ações	Agências			Atrativos			Hospedagem		
	Não	Sim	Total	Não	Sim	Total	Não	Sim	Total
Energia	28,0%	72,0%	100%	42,8%	57,2%	100%	30,0%	70,0%	100%
Água	44,0%	56,0%	100%	47,6%	52,4%	100%	33,3%	66,7%	100%
Resíduos	40,0%	60,0%	100%	38,1%	61,9%	100%	36,6%	63,3%	100%
Outras	84,0%	16,0%	100%	47,6%	52,4%	100%	86,7%	13,3%	100%

Fonte: os autores.

Como afirmam Dowling (2015) e Fennell e Cooper (2020), embora seja importante debater sobre o significado de desenvolvimento sustentável, mais importante ainda deve ser sua operacionalização e aplicabilidade, tendo em vista o aumento do impacto do turismo sobre o meio e o aumento da consciência ambiental. Em relação a Bonito, os resultados da presente pesquisa revelam que as agências de turismo e os meios de hospedagem, embora com uma diferença pouco expressiva, são os que mais desenvolvem ações voltadas ao uso mínimo desses recursos (tais como energia e água). No entanto, uma parcela significativa dos empreendimentos não vai além destas iniciativas (Tabela 3). Entre os números que representam as ações positivas, os atrativos são motivo de atenção pelo fato de que, dentre os demais, são os serviços turísticos mais próximos e dependentes dos recursos naturais e, decerto, esperava-se serem eles os mais engajados, o que não é claramente percebido.

Além da natureza em si, a importância de ações rotineiras que visem à conservação do ambiente pode ser sustentada pelas exigências atuais dos turistas que, em sua maioria, não selecionam especificamente produtos sustentáveis, mas esperam uma boa gestão ambiental incorporada às suas rotinas (BUCKLEY, 2012). Para Willard (2014), os consumidores atuais esperam das empresas uma mentalidade ambiental. Neste sentido, dentre aqueles entrevistados que afirmaram agir no sentido de contribuir para a conservação do ambiente, a grande maioria relatou que isso se dá por meio de ações cotidianas, e para alguns poucos, mediante a estrutura física ou pelo uso de equipamentos apropriados existentes.

Quanto às ações das agências de turismo com vistas à sustentabilidade, elas afirmaram que economizam energia por meio de equipamentos com maior eficiência energética (lâmpadas de LED e ar-condicionado classe A), desligando os aparelhos (luzes, ar-condicionado, computadores e monitores, entre outras ações) quando não estão sendo utilizados, limitando seu uso ao que é considerado indispensável, diminuindo a impressão de materiais e documentos e substituindo-os por versões digitais. Algumas possuem

estrutura com boa luminosidade e ventilação, instalaram capacitores, observam a qualidade das instalações elétricas e encerram suas atividades mais cedo. Vale lembrar que este tipo de empreendimento possui área de trabalho menor que os demais, o que facilita o desempenho das atitudes descritas.

Com relação à água, a grande maioria das respostas está relacionada à economia do consumo diário, restringindo a sua utilização ao estritamente necessário. Apenas para três agências turísticas a economia se dá também por meio da sua infraestrutura, com a instalação de cisternas para captação de água da chuva, torneiras com fluxo reduzido e poço. Sobre os resíduos, as agências mencionaram as seguintes ações: compostagem, separação do lixo para coleta seletiva (apenas um pouco mais da metade das agências), reciclagem e reutilização de papéis, preferência pelo envio de arquivos e documentos via internet e utilização mínima de papéis. Importante mencionar que poucas agências realizam mais de duas ações e algumas foram muito genéricas na resposta, afirmando apenas que economizam.

Em se tratando das ações dos atrativos turísticos para minimizar o uso de energia elétrica, a grande maioria dos empreendimentos utiliza energia solar, por meio de painéis solares, sendo para muitos destes a única ação realizada neste sentido. Os demais economizam energia por meio do uso de lâmpadas e equipamentos de baixo consumo e/ou pelo aproveitamento da luz solar com ambientes mais abertos. Quanto à água, a metade dos atrativos limita-se à sua reutilização e a outra metade se divide em captar a água da chuva, utilizar torneiras com temporizador ou com desligamento automático, uso de poços e registros de descargas com opção de utilizar mais água ou menos.

A coleta seletiva de lixo foi mencionada por todos os atrativos turísticos como atitude positiva relacionada aos resíduos e à minimização de seus impactos no ambiente. Além disto, a reciclagem, o tratamento de esgoto, fossas orgânicas e compostagem também foram mencionados por alguns destes atrativos. Um deles mencionou a construção de uma estação de tratamento de esgoto moderna e eficiente.

Os meios de hospedagem, os quais se destacam, quantitativa e positivamente em relação aos demais serviços turísticos, informaram que a economia de energia se dá por meio da utilização mínima e principalmente da infraestrutura disponível, como por exemplo: utilização de energia solar (placas solares), cartões chave (bloqueadores) nas unidades habitacionais, luzes com sensor de movimento ou com timer e equipamentos e eletrodomésticos econômicos. Além disso, algumas práticas foram também mencionadas, como: manter as luzes acessas somente quando estão sendo utilizadas, fechar alas na

baixa temporada, utilizar placas de avisos e incentivos à economia, políticas internas e orientações aos funcionários para maximizar a economia de energia.

Quanto à conservação da água, uma grande parcela dos meios de hospedagem informou reutilizar e/ou captar água da chuva para ser utilizada de diversas formas (na piscina, sauna, irrigação de plantas e limpeza), com alguns poucos empreendimentos possuindo sistemas de cisternas para isso. A economia de água também acontece com torneiras, regadores e sistema de descarga econômicos. A atenção e correção de vazamentos, placas informativas e troca mínima de toalhas de banho também foram atitudes mencionadas por alguns dos entrevistados.

No que se refere aos resíduos relativos àqueles meios de hospedagem que informaram ter cuidados com isso, a grande maioria os separa e faz seu descarte de maneira correta (embora exista a coleta seletiva de lixo, a maioria do material coletado acaba sendo destinado ao aterro controlado); isso quando não os reaproveitam de alguma forma (reciclagem, compostagem e/ou encaminhamento de material de maior valor para algumas instituições, para posterior venda). Fora isso, alguns respondentes mencionaram que também restringem o uso de produtos de limpeza e separam o óleo de cozinha, além de possuir fossas orgânicas. A respeito das ações com vistas à sustentabilidade, mencionadas pelos investigados, importante ponderar sobre o que, de fato, vislumbra a sustentabilidade ambiental e não o interesse econômico dessas empresas, e quanto dessas ações são, realmente, capazes de proteger o meio. Neste contexto, vale ainda lembrar que, atualmente, diversas das ações mencionadas pelas empresas investigadas já integram naturalmente o cotidiano de muitas pessoas e, portanto, possivelmente, estas ações não representem nenhum diferencial, mas um comportamento elementar.

Além das ações mencionadas anteriormente, foi questionada a existência de outras práticas que corroborem a conservação do meio natural, e as respostas representam que: 72% das agências de turismo, assim como 23% dos atrativos e 80% dos meios de hospedagem se restringem apenas às atitudes já mencionadas. Os demais mencionaram outras ações (Quadro 1), das quais, uma parcela significativa é externa ao empreendimento.

Quadro 1 - Outras ações dos gestores dos empreendimentos turísticos mencionadas como fator de preservação dos recursos naturais de Bonito e região, Mato Grosso do Sul

Serviço	Ações
AGÊNCIAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Priorização do transporte coletivo em viagens de trabalho ✓ Redução de deslocamentos ao optar por manter moradia e escritório no mesmo local ✓ Cessão de imagens da natureza para entidades socioambientais sem fins lucrativos ✓ Projetos artísticos com temática socioambiental ✓ Apresentação gratuita de palestras ✓ Exposições e cursos durante eventos que fomentem a consciência ambiental através do ecoturismo, observação de vida silvestre, fotografia de natureza e outras atividades que podem trazer benefícios socioambientais ✓ Palestras sobre importância do meio ambiente para os funcionários ✓ Envolvimento com ações de Organizações Não Governamentais (ONGs)
ATRATIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trilhas suspensas ✓ Limpeza anual dos rios e córregos ✓ Possuir áreas de Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) ou estar em processo de aquisição ✓ Ser uma Área de Preservação Permanente (APP) ✓ Comprometimento com a sustentabilidade da fazenda, da empresa e do destino ✓ Estudo de impacto ambiental e de capacidade de carga ✓ Monitoramento ambiental por meio de biólogos contratados ✓ Promover educação ambiental ✓ Monitoramento e organização da visitação ✓ Parceria com a ONG Instituto das Águas da Serra da Bodoquena na recuperação das matas ciliares e de galeria
HOSPEDAGENS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participação e contribuição financeira ao Instituto das Águas da Serra de Bodoquena e seus projetos (Green Tax e Plante Bonito) ✓ Contribuição financeira ao projeto Fibra Viva ✓ Participação no projeto Turismo Sustentável ✓ Desenvolvimento de ações de sustentabilidade ✓ Atividades recreativas com as crianças voltadas para sustentabilidade ✓ Trilhas sustentáveis ✓ Limpeza anual dos rios e córregos ✓ Participação no projeto Turismo Sustentável desenvolvido pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)

Fonte: os autores.

Willard (2014) adverte que compatibilizar as atividades desenvolvidas pelas empresas com a preservação do meio natural é uma responsabilidade da qual nenhuma delas pode fugir e, portanto, deve fazer parte da estratégia empresarial. Tal advertência pode servir de alerta aos serviços turísticos de Bonito - MS, que demonstram serem ainda incipientes neste aspecto. A teoria indica, ainda, que cada um dos serviços turísticos tem uma parcela de responsabilidade pelo ambiente natural e por isso deve preocupar-se verdadeiramente com a sua conservação.

As agências de turismo, por exemplo, são consideradas formadoras de opinião e, sendo assim, podem influenciar e persuadir o consumidor em suas escolhas e ações e, por isso, devem assumir uma postura exemplar (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012). Ruschmann (2008) sugere que as agências elaborem roteiros ecologicamente ajustados às práticas de proteção ambiental, difundindo, assim, os preceitos da educação ambiental para que utilizem papel reciclado em seus folhetos e façam uso também de transporte não

poluente nos destinos. Nogueira (2011) acrescenta que as agências de turismo podem, ainda, propor ações de “marketing responsável”, sugerindo práticas sustentáveis aos visitantes e às comunidades.

Aos meios de hospedagem, os estudos sugerem que a ética ambiental deve ser parte das suas responsabilidades, obrigações e metas (GONÇALVES, 2004), sendo necessário que as práticas sustentáveis sejam permanentes e envolvam tanto os hóspedes quanto os funcionários colaboradores em geral (BOLEY; UYSAL, 2013; CHOU, 2014). Conto (2005) complementa que o comprometimento dos hotéis se dá, ainda, por meio do cumprimento da legislação ambiental, da prática da educação ambiental, da parceria com fornecedores responsáveis ambientalmente e da acessibilidade de suas políticas e práticas ambientais a qualquer interessado. Porém, de acordo com Malta e Mariani (2013), este comportamento demanda monitoramento constante dos impactos e medidas preventivas e/ou corretivas, se necessário.

Em relação aos atrativos turísticos e dada sua capacidade de influenciar a decisão dos turistas quanto à escolha de um destino e levando-se em conta, ainda, a sua característica de negócio, tornam-se muito importantes para a economia, à atividade turística e à sustentabilidade ambiental. Além disso, representam mais um motivo para a proteção e conservação do meio, pois, à medida que aumenta a demanda de turistas é possível que o poder público local e os empresários do setor invistam em medidas de conservação para manter a qualidade e a conseqüente atratividade (BRASIL, 2007).

Após a implantação, as práticas sustentáveis devem permanecer e envolver tanto os hóspedes, cientes que deverão contribuir e colaborar com os preceitos da empresa, quanto os funcionários (colaboradores em geral), preparados, conscientes e incentivados a agirem (todos) com vistas à sustentabilidade. Sendo assim, é possível vislumbrar a continuidade de uma postura ambientalmente ética para além da empresa e a longo prazo (BOLEY; UYSAL, 2013; CHOU, 2014).

A pesquisa também procurou averiguar se funcionários, clientes e fornecedores são orientados pelos serviços turísticos sobre a sustentabilidade dos recursos naturais. Destaca-se, neste quesito, que as agências de turismo são as que menos envolvem estes indivíduos, enquanto os atrativos são os que mais o fazem, principalmente em relação a seus funcionários e clientes (Tabela 4). Considerando que em Bonito a natureza é o principal recurso dos atrativos, torna-se fácil compreender este resultado, pois para esses empreendimentos, ter funcionários e clientes conscientes promove a manutenção de sua fonte de renda.

Tabela 4 - Orientações aos funcionários, clientes e fornecedores em relação a manutenção dos recursos naturais em Bonito e região, Mato Grosso do Sul

	Aos funcionários			Aos Clientes			Aos prestadores de serviços/Fornecedores		
	Não	Sim	Total	Não	Sim	Total	Não	Sim	Total
Agências	44,0%	56,0%	100%	36,0%	64,0%	100%	76,0%	24,0%	100%
Atrativos	14,3%	85,7%	100%	9,5%	90,5%	100%	52,4%	47,6%	100%
Hospedagem	23,3%	76,7%	100%	33,4%	66,6%	100%	83,3%	16,7%	100%

Fonte: os autores.

Aqueles serviços turísticos que afirmaram orientar funcionários, clientes e fornecedores, o fazem da seguinte forma:

- Agências aos funcionários - através de práticas adotadas e incorporadas à rotina diária; em reuniões; por meio de orientações e informações com a finalidade de serem incorporadas ou repassadas aos clientes; oportunizando aos funcionários o conhecimento dos atrativos locais; seguindo regras já implementadas pelo município;
- Agências aos clientes - informando-os diretamente no momento da venda e/ou durante os passeios, por meio dos guias de turismo, a respeito do funcionamento dos passeios, da importância de não danificar o ambiente, das formas e procedimentos para usufruir das atividades e da necessidade de acatar as orientações dos guias de turismo. Além dessas, a orientação também acontece quando é necessário justificar e argumentar os preços cobrados pelas atividades em Bonito;
- Agências aos prestadores de serviços - orientações acerca dos procedimentos específicos ligados às operações que envolvem o turismo de Bonito; solicitação de atendimento diferenciado para essas demandas e redução do uso de papel para emissão de notas fiscais ou recibos; preferência por traslados compartilhados (minimizando o gasto de combustível no ambiente);
- Atrativos aos funcionários - por meio de orientações de seus gestores em reuniões e/ou conversas informais; políticas internas estabelecidas; missão, visão e valores da empresa; atendimento à legislação vigente e envolvimento e apoio a projetos externos e pesquisas (análise das águas, por exemplo).

Apenas um dos atrativos relatou que os funcionários, para serem contratados, são submetidos a um curso com temática relacionada ao desenvolvimento sustentável.

- Atrativos aos visitantes - principalmente por meio de seus profissionais/funcionários (guias de turismo, monitores e/ou salva-vidas) no momento da recepção aos turistas e durante o desenvolvimento das atividades; postura e práticas de conservação assumidas; placas indicativas, murais, cartazes de aviso e sites; política interna e sistema de gestão. Foi citada, ainda, uma atividade que permite que os visitantes conheçam projetos ambientais;
- Atrativos aos prestadores de serviços - por meio de cumprimento da política interna determinada, regras pré-estabelecidas e gestão de segurança; comunicação que ocorre em conversas informais, reuniões, comunicados, sites e cursos; imposição aos funcionários do atendimento aos requisitos estabelecidos;
- Meios de hospedagem aos funcionários – por meio das práticas empregadas regularmente que evitam os desperdícios; em conversas informais e reuniões, além de cursos específicos.
- Meios de hospedagem aos clientes - pelas atitudes rotineiras sustentáveis, sendo um exemplo; uso de placas informativas (sobre a utilização das toalhas e descarte do lixo, por exemplo); informalmente; na divulgação das ações desempenhadas e da política interna de sustentabilidade;
- Meios de hospedagem aos prestadores de serviços - pelas atitudes rotineiras sustentáveis, sendo um exemplo; pela oportunidade de conhecer os passeios e atrativos de Bonito; imposição dos padrões de qualidade assumidos pelo empreendimento.

É necessário salientar aqui que nem todas as maneiras de orientação aos turistas mencionadas pelos investigados são empregadas por todos eles. Evidenciam-se as ações desempenhadas (como por exemplo, descarte de lixo) e as orientações informais como as formas mais utilizadas para a conscientização dos usuários, pelos prestadores de serviços turísticos de Bonito. Observa-se que muitas das condutas aludidas pelos investigados (quicá todas) são plausíveis de serem realizadas por todos e, conseqüentemente, de fortalecer condutas capazes de contribuir com a conservação dos recursos naturais de Bonito.

Os dados demonstram que, tanto quantitativa quanto qualitativamente, os serviços turísticos de Bonito carecem de maior consciência e envolvimento com o meio natural. Esta situação acontece apesar do município ter adotado o “marketing ecológico”, embora nem sempre faça jus a ele, pois isso requer que todas as áreas que compõem esta atividade, por meio de seus serviços, estejam verdadeiramente envolvidas com a conservação

ambiental de forma consciente e que esta consciência se traduza em ações que possam promover a sustentabilidade dos recursos naturais do município e região.

Tais atitudes iriam não apenas demonstrar as intenções e ações conservacionistas deste município, como também atenderiam às diversas orientações que vêm sendo transmitidas por diversas instituições ao turismo, dentre as quais pode-se mencionar: o Secretariado da Convenção sobre Diversidade Biológica (SCDB, 2015), que declara que as empresas privadas do setor turístico têm uma grande influência sobre a biodiversidade, bem como sobre os consumidores e, portanto, são consideradas agentes de mudança; o Programa de Regionalização do Turismo que sugere que os empreendimentos turísticos adotem práticas sustentáveis; o Ministério do Turismo que orienta os empreendedores a adotarem medidas capazes de tornar os estabelecimentos mais sustentáveis e agentes multiplicadores de práticas que beneficiem o meio ambiente, as comunidades locais e os destinos (BRASIL, 2007, 2016).

Além do mais, talvez seja preciso que se entenda, ainda, que considerar a importância dos recursos naturais não significa desconsiderar ou colocar em patamar diferenciado as outras questões que o turismo abarca, como por exemplo, a geração de empregos ou o lucro com tal atividade; muito pelo contrário, é reconhecer que todas são interdependentes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria revela que o impacto negativo da atividade turística sobre o meio natural é inevitável, mas pode ser mitigado, por vezes de forma significativa, se as ações desempenhadas pelos seus prestadores de serviços forem fundamentadas pelos princípios da sustentabilidade. Inerente a estes princípios e ações está o conhecimento e o entendimento real de que o turismo está fortemente vinculado ao meio natural e suas alterações. Mais do que isto, as práticas sustentáveis são o que, de fato, validam este propósito.

A atividade turística no município de Bonito encontra-se consolidada e seus serviços estruturados, usufruindo e ofertando, como principais atrativos, seus elementos naturais. O turismo nesta localidade, em relação à conservação do meio natural, já deu “alguns passos”, haja vista as ações já concretizadas que corroboram a este destino turístico o título de um dos melhores no segmento de ecoturismo, sendo uma referência nesta tipologia. Todavia, os resultados obtidos revelam que as ações dos prestadores de serviços turísticos relativas à sustentabilidade do ambiente natural ainda podem ser consideradas superficiais.

Talvez não pudesse ser diferente, já que a compreensão que os gestores destes serviços têm em relação ao significado da expressão “sustentabilidade dos recursos naturais” e da relevância desta para a atividade turística, para o município e para cada um deles, ainda não esteja suficientemente clara e precisa.

Nesta localidade, as ações, tanto dos gestores das agências quanto dos atrativos turísticos e dos meios de hospedagem, ainda não correspondem ao necessário para um ambiente sustentável. Em média, 50% dos empreendimentos não realizam as ações mínimas desejáveis à sustentabilidade ecológica (relacionadas ao consumo de energia, de água e de resíduos) e nem todos procuram envolver os seus funcionários, clientes e/ou fornecedores neste processo (os corresponsáveis), demonstrando que não há grande esforço, empenho e/ou preocupação dos serviços turísticos com vistas à sustentabilidade do ambiente natural. O que justificaria, por parte de alguns respondentes, não procurar minimizar, de nenhuma forma, o uso de água, energia e resíduos, por exemplo?

Assim como apontam alguns estudos, para que ocorra o engajamento de todos os envolvidos na cadeia turística, é importante que os empreendimentos se sintam parte/inseridos e responsáveis com o ambiente, cientes das consequências de sua degradação. Porém, os resultados obtidos demonstram que alguns pesquisados não possuem estes sentimentos e tampouco esta compreensão.

Ampliando estas considerações para além de Bonito, é fato que ainda há muito o que ser feito em relação às atitudes do turismo (quer sejam dos prestadores de serviços, da gestão pública, das comunidades locais e até mesmo dos turistas) relacionadas à sustentabilidade ecológica. Os estudos vêm comprovando a necessidade da conservação ambiental assim como a inter-relação entre os recursos naturais e a atividade turística, tal qual o papel do turismo neste contexto, o que não deveria ser ignorado.

AGRADECIMENTOS

À Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul (FUNDECT) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelas bolsas de estudo e de produtividade (PQ1C), concedidas.

REFERÊNCIAS

BÁNKUTI, S. M. S.; BÁNKUTI, F. I. Gestão ambiental e estratégia empresarial: um estudo em uma empresa de cosméticos no Brasil. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 21, n. 1, p. 171-184, 2014. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2014000100012>

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 14.ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2019. 914p.

BOLEY, B. B.; UYSAL, M. Competitive synergy through practicing triple bottom line sustainability: Evidence from three hospitality case studies. **Tourism and Hospitality Research**, SAGE Journals, v. 13, n. 4, p. 226-238, 2013. <https://doi.org/10.1177/1467358414528528>

BONITO. Prefeitura de Bonito. **Dados do município**. 2016. Disponível em: <http://www.bonito.ms.gov.br/bonito/dados-do-municipio>. Acesso em: 15 ago. 2018.

BONITO. Observatório de Turismo e Eventos de Bonito. **Boletim**. 2017a. Disponível em: <https://otbonito.com.br/dados/boletim-mensal/>. Acesso em: 15 set. 2017.

BONITO. Observatório do Turismo e Eventos de Bonito. **Inventário turístico de Bonito e região 2015/2016**. 2017b. Disponível em: https://otbonito.com.br/?page_id=270. Acesso em: 17 dez. 2018.

BONITO. Observatório do Turismo e Eventos de Bonito. **Inventário turístico de Bonito e região – Fevereiro 2020**. Disponível em: http://otbonito.com.br/wp-content/uploads/2020/03/OTEB-Boletim-2020_02.pdf. Acesso em: 30 mar. 2020.

BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p.16509, 02 set. 1981.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Roteiros do Brasil: Turismo e sustentabilidade**. Brasília: MTUR, 2007. 126p.

BRASIL. Ministério do turismo. **Turismo e sustentabilidade: orientações para prestadores de serviços turísticos**. Brasília: MTUR, 2016. 32p.

BUCKLEY, R. Sustainable tourism: research and reality. **Annals of Tourism Research**, Elsevier, v. 39, n. 2, p. 528-546, 2012.

BURSZTYN, M.; BURSZTYN, M. A. **Fundamentos de política e gestão ambiental**. Caminhos para a sustentabilidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2013. 616p.

CHOU, C. J. Hotel's environmental policies and employee personal environmental beliefs: interactions and outcomes. **Tourism Management**, Elsevier, v. 40, n. 1, p. 436-446, 2014. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.001>

CONTO, S. M. Gerenciamento de resíduos sólidos em meios de hospedagem. In: TRIGO, L. G. G. (Org.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005. p. 817-826.

COSTANZA, R. Toward an operational definition of ecosystem health. In: CONSTANZA, R.; HASKEL, B. D.; NORTON, B. G. (Org.). **Ecosystem health: new goals for environmental management**. Washington/Covelo: Island Press, 1992. p. 239-256.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; LEITÃO, C. S.; VASCONCELOS, F. P. Turismo, cultura e desenvolvimento na escala humana. In: CORRÊA, M. L.; PIMENTA, S. M.; ARNDT, J. R. L. (Orgs.). **Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: contradições e convergências**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 29-48.

CORRÊA, M. L.; PIMENTA, S. M.; ARND, J. R. L. Racionalidade e mitos no contexto do turismo, sustentabilidade e meio ambiente. In: CORRÊA, M. L.; PIMENTA, S. M.; ARND, J. R. L. (Orgs.). **Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: contradições e convergências**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 7-14.

DIAS, B. Prefácio. In: Secretariado da Convenção sobre Diversidade Biológica. (Ed.). **Turismo favorecendo a Biodiversidade - Um manual para a aplicação das Diretrizes da CDB para a Biodiversidade e o Desenvolvimento do Turismo**. Montreal: SCDB, 2015. p. 5.

DIETRICH, L. C.; OLIVEIRA, A. K. M.; GARCIA, D. S. The relationship between environmental education and tourist activity in accordance with the brazilian laws. **Athens Journal of Tourism**, Athens, v. 3, p. 139-154, 2016.

DOWLING, R. Tourism and environmental integration: the journey from idealism to realism. In: SHARPLEY, R. (Org.). **Tourism and development**. London: SAGE Publication Ltda, 2015. p. 33-46.

ENRIQUEZ, M. A. R. S. **Mineração: maldição ou dádiva? Os dilemas do desenvolvimento sustentável a partir de uma base mineira**. São Paulo: Signus Editora, 2008. 396p.

FARIA, D. S.; CARNEIRO, K. S. **Sustentabilidade ecológica no turismo**. Brasília: UNB, 2001. 95p.

FENNELL, D. A.; COOPER, C. **Sustainable tourism: Principles, contexts and practices (Volume 6) (Aspects of Tourism 6)**. Bristol: Channel View Publications, 2020. 504p.

FIORILLO, C. A. P.; RODRIGUES, M. A. **Direito ambiental e patrimônio genético**. Belo Horizonte: Del Rey, 1996. 285p.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7.ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. 535p.

FONSECA, G.; PRADO, D. M. Discussão sobre o conceito de meio ambiente natural, antrópico e de mosaico e sua apropriação didática no ensino de ecologia e educação ambiental no Baixo Vale do Ribeira/SP. **Revista Didática Sistemica**, Rio Grande, v. 8, s/n, p.101-112, 2008.

FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A. **Curso de estatística**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 322p.

GONÇALVES, L. C. **Gestão ambiental em meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2004. 160p.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2012. 486p.

LOMBA, R. M. **O comércio na atividade turística no município de Bonito, MS**. Dourados: Ed. UFGD, 2011. 98p

MAGALHÃES, M. F. **Qualidade em prestação de serviços**: agregando valor as organizações. São Paulo: Senac São Paulo, 2018. 200p.

MALTA, M. C. M.; MARIANI, M. A. P. Estudo de caso da sustentabilidade aplicada na gestão dos hotéis de Campo Grande, MS. **Turismo - Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 15, n. 1, p. 112-129, 2013.

MENDES, J. M. G. Dimensões da sustentabilidade. **Revista das Faculdades Santa Cruz**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 49-59, 2009.

MIKHAILOVA, I. Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática. **Revista Economia e Desenvolvimento**, Santa Maria, v. 16, p. 22-41, 2004.

MOLETTA, V. B. F.; GARCIA, R. K. O. **Qualidade nos serviços turísticos**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000. 64p.

MORIN, E. **O paradigma perdido**: a natureza humana. 4.ed. Portugal: Publicações Europa-América, 1988. 222p.

NOGUEIRA, S. M. B. Planejamento do ecoturismo em unidades de conservação no Brasil. In: TELES, R. M. S. (Org.). **Turismo e meio ambiente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 87-131.

NORTON, B. G. A new paradigm for environmental management. In: CONSTANZA, R.; RASQUEL, B. D.; NORTON, B. G. (Orgs.). **Ecosystem health**: new goals for environmental management. Washington/Covelo: Island Press, 1992. p. 23-41.

OLIVEIRA, A. K. M.; FERNANDES, V.; GARNÉS, S. J. A.; SANTOS, C. R. B. Avaliação da perda da vegetação arbórea nativa na Serra da Bodoquena, Mato Grosso do Sul, por meio de sensoriamento remoto. **RA e GA- O Espaço Geográfico em Análise**, Curitiba, v. 17, p. 43-52, 2009.

OLIVEIRA, C. S. A “insustentabilidade” do conceito de desenvolvimento sustentável. In: CORRÊA, M. L.; PIMENTA, S. M.; ARNDT, J. R. L. (Orgs.). **Turismo, sustentabilidade e meio ambiente**: contradições e convergências. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p.73-92.

OPPLIGER, E. A.; RONDA, I. C. B. P. S.; OLIVEIRA, A. K. M. O modelo estrutural da sustentabilidade: uma discussão acerca dos elementos, hierarquia e representação do sistema ambiental. **Paisagem e Ambiente**, São Paulo, v. 31, n. 45, e169058, 2020. <https://doi.org/10.11606/issn.2359-5361.paam.2020.169058>

REBELLO FILHO, W.; BERNARDO, C. **Guia prático de direito ambiental**. Rio de Janeiro: Lumen, 1998. 273p.

RUSCHMANN, D. VAN M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 14.ed. Campinas: Papyrus, 2008. 199p.

SABINO, J.; ANDRADE, L. P.; BESSA, E. Ecoturismo - Valorizar a natureza para gerar negócios sustentáveis e renda. In: SABINO, J. (Org.). **Ecoturismo**: nas trilhas da biodiversidade brasileira. Campo Grande: Natureza em Foco, 2012. p. 13-21.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 1.ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2011. 96p.

SCBD. Secretariado da Convenção sobre Diversidade Biológica. **Turismo favorecendo a Biodiversidade** - Um manual para a aplicação das Diretrizes da CDB para a Biodiversidade e o Desenvolvimento do Turismo. Montreal: SCDB, 2015. 56p.

SILVA JÚNIOR, J. H. O século XXI e o Turismo. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 77-82, 2002.

SILVA, J. A. **Direito ambiental constitucional**. 5.ed. São Paulo: Malheiros, 2004. 349p.

SILVA, P. V. **A importância da água para a percepção turística na bacia do rio Formoso em Bonito - MS**. 2015. 257f. Tese (Doutorado em Geografia) Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2015.

SOUZA, C. A.; TREVELIN, A. C. Turismo responsável: O caso de Bonito/MS. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 50-66, 2016. <https://doi.org/10.17648/raoit.v10n2.4201>

WILLARD, B. **Como fazer a empresa lucrar com sustentabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2014. 302p.