

TRANSFORMAÇÕES SOCIOESPACIAIS NO MUNICÍPIO DE BONITO – MATO GROSSO DO SUL APÓS INTRODUÇÃO DO ECOTURISMO

Socio-space transformation in Bonito - Mato Grosso do Sul - after ecotourism introduction

Lisandra Pereira LAMOSO¹
Roni Mayer LOMBA²

RESUMO

A transição da agricultura para a exploração econômica do turismo fez com que o comércio no município de Bonito-MS passasse a se adequar ao atendimento do turista, criando uma rede de estabelecimentos especializados que modifica o mercado de trabalho e os eixos de valorização urbana, a partir da concentração dos estabelecimentos nas avenidas principais. Nossa pesquisa particulariza as transformações ocorridas a partir da segunda metade da década de oitenta, que marca a fase de transição da agricultura para a exploração do turismo, discutindo as repercussões socioespaciais da expansão comercial e da economia de serviços em função da atividade turística.

Palavras-chave:

Ecoturismo; relação urbano-rural; Bonito.

ABSTRACT

The transition from agriculture to the economic exploration of tourism changed trade in Bonito so that the shops should adapt to serve tourists, creating a network of specialized business that modifies the market and the point of urban increase in value, starting from business concentration on main avenues. Our research specifies changes occurred from the second half of eighties, that marked the transition phase from agriculture to tourism exploration, discussing the socio-space repercussion of trade (business) expansion and economy of work as a result of a touristic activity.

Key-words:

Ecotourism; urban-rural relationships; Bonito.

¹ Professora no Curso de Geografia – Graduação e Mestrado – da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (Campus de Dourados - UFMS) Brasil. Doutora em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo <lamoso@terra.com.br>

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) Brasil. Bolsista CAPES <ronimayer@ibest.com.br>

INTRODUÇÃO

A paisagem do município de Bonito, Estado de Mato Grosso do Sul, notadamente a paisagem urbana passou por consideráveis transformações nos últimos dez anos. Os estabelecimentos comerciais tradicionais foram substituídos ou passaram a dividir o espaço com um comércio voltado para o atendimento do turista; as principais avenidas estão tomadas por hotéis e pousadas; serviços de suporte à atividade turística como agências de viagens e agências de aluguel de veículos são parte das fachadas comerciais. Fora do perímetro urbano, sedes de fazendas são transformadas em pontos de recepção para o turismo ecológico; a vegetação nativa é organizada com trilhas e pontos de visitação; e rios são utilizados para mergulho e contemplação da variedade de espécies aquáticas.

Essas transformações são representativas do que Luchiarri (1999, p. 118) denomina como "urbanização turística", uma forma de preparar a cidade para a nova atividade econômica. "As cidades turísticas representam uma nova e extraordinária forma de urbanização, porque elas são organizadas não para a produção, como foram as cidades industriais, mas para o consumo de bens, serviços e paisagens." (LUCHIARI, 1999, p.118). Algumas cidades chegam a redefinir toda a sua vida econômica em função do desenvolvimento turístico, reorganizando-se para produzir paisagens voltadas para o consumo e para o lazer.

Como organizar a leitura teórica dessa transformação? O que determina o surgimento e o desaparecimento de atividades econômicas e como a sociedade se adapta ou resiste a elas? Como se organiza essa base produtiva local? Essas questões nortearam os trabalhos de pesquisa e suas respostas, ainda que parcialmente, sendo apresentadas neste texto.

AS DEFINIÇÕES NECESSÁRIAS

As transformações que são visíveis aos olhos foram o ponto de partida. Para compreendê-las partimos da definição de "paisagem". Segundo Santos "paisagem e espaço não são sinônimos. A paisagem é o conjunto de formas que, num dado momento, exprimem as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza" e "a paisagem se dá como um conjunto de objetos reais-concretos. Nesse sentido, a paisagem é transtemporal, juntando objetos passados e presentes, numa construção transversal" (SANTOS, 1996, p. 83).

Para compreender as "sucessivas relações localizadas entre homem e natureza" foi necessário trabalhar

com as transformações socioespaciais no processo histórico de desenvolvimento. Em Bonito, destaca-se um rápido processo de transição da agricultura para a atividade do turismo, que provoca a construção de novos objetos reais-concretos, que se impõe com a adaptação de antigas formas (sedes de fazendas em pontos de recepção, residências em pousadas) ou com a destruição de formas antigas e sua substituição (implantação dos *resorts*, construção dos estabelecimentos comerciais especificamente voltados para atender ao turista).

O determinante desse conjunto de transformações são as atividades econômicas. A consolidação ecoturismo implantou também uma rede comercial e de prestação de serviços que merece destaque não apenas pela quantidade de estabelecimentos, mas também pela qualidade das relações que estabelece. Para compreender a expansão dessas atividades, o suporte teórico adotado é a teoria dos dois circuitos da economia urbana, apresentados por Santos (1979), particularizando, para o estudo de caso, o circuito inferior. "O circuito inferior é constituído essencialmente por formas e fabricação não 'capital-intensivo', pelos serviços não-modernos fornecidos 'a varejo' e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão" (SANTOS, 1979, p. 31).

Entre as características do circuito inferior, selecionamos as que nos ajudam a compreender as atividades em Bonito: a) o circuito inferior constitui uma estrutura de abrigo para os cidadãos antigos ou novos, desprovidos de capital e de qualificação profissional; b) o emprego é formado tanto pelo trabalho mal remunerado como pelo trabalho temporário ou instável; c) o ingresso nas atividades do circuito inferior geralmente é fácil, na medida em que, para isso, é mais necessário o trabalho do que o capital; d) o comércio ocupa um número considerável de pessoas, pois é uma atividade que exige pequena soma de dinheiro, podendo-se utilizar o crédito pessoal ou em mercadorias, não é necessário ter experiência e é fácil escapar ao pagamento de impostos; e) predominam atividades de pequenas dimensões que empregam reduzido capital e ocupam poucas pessoas, sem necessidade de muito espaço, podendo ser alojadas nas casas dos agentes; f) o emprego familiar é freqüente; g) os preços são definidos pelas necessidades do comerciante – a falta de lucro é compensada pela recuperação do dinheiro líquido com o qual uma nova compra pode ser feita, permitindo o reinvestimento; h) fluidez no emprego – a ausência da especialização faz com que os indivíduos passem de uma ocupação para outra sem dificuldade (SANTOS, 1979, p. 145-199).

O PROCESSO DE TRANSIÇÃO DA AGRICULTURA PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA

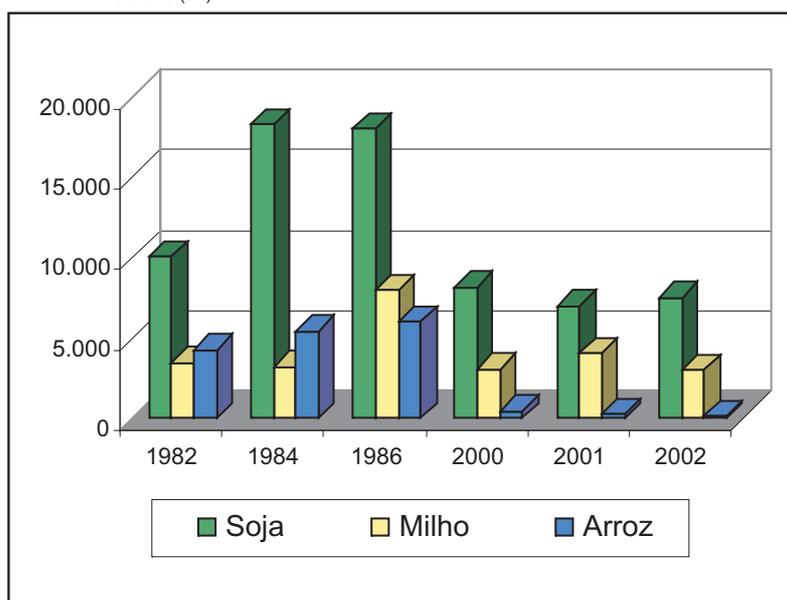
Bonito está localizado na região sudoeste do Estado de Mato Grosso do Sul, no Planalto da Bodoquena, na Bacia Hidrográfica do Alto Paraguai, (sub-bacia do Rio Miranda e Aquidauana), a 297 km da capital do Estado, Campo Grande. Conta com uma população total de 16.956 hab. (IBGE, 2001), em área de 5.285 km², com densidade demográfica de 3,44 hab/km². O que o torna local de referência turística são as paisagens derivadas da formação calcárea que permaneceram, no decorrer dos anos, relativamente conservadas, a qualidade cristalina das águas, as cachoeiras e algumas grutas de formação calcárea. Essas características o definem como ponto de ecoturismo valorizado internacionalmente.

A partir da década de 1950, a atividade econômica predominante foi a pecuária. Esta atividade ocorreu em função da vinda de pecuaristas da região de Dourados, mais ao Sul do Estado, onde em 1943 foi criada a Colônia Agrícola Nacional de Dourados – projeto de colonização oficial implementado pelo Governo Federal com o objetivo de adensar o povoamento da região a partir da doação de lotes de 30 hectares a colonos agricultores. Essas condições atraíram levas de migrantes para o Estado e possibilitaram fluxos migratórios para outras regiões, como foi o caso de Bonito. Esses primeiros pecuaristas deram início à criação sistemática do gado bovino (LOMBA, 2004, p. 14). A pecuária desenvolveu-se durante as décadas posteriores, com um aumento do

efetivo de cabeças de gado na seguinte proporção: de 58.523 em 1970 para 236.267 no ano de 1985, 303.506 em 1995, 331.534 em 2000 e 350.923 em 2002 (IBGE, 2004). Esses dados acompanham a tendência estadual de fortalecimento da pecuária de corte.

A agricultura ocorre a partir da expansão do cultivo da soja, principal produto primário da pauta de exportações estaduais. Três produtos merecem destaque na produção agropecuária de Bonito: o arroz, o milho e a soja, por ordem crescente de expressão da área plantada. O arroz é comumente introduzido quando ocorre o início da exploração do solo, logo após o desmatamento. O milho e a soja foram plantados, inicialmente, a partir de relações de arrendamento, quando o arrendatário paga ao proprietário da terra uma renda por sua utilização. Os pecuaristas, para minimizar os custos iniciais de exploração (gastos com o desmatamento e a formação das pastagens), arrendavam suas propriedades ou parte delas para que agricultores a devolvessem já com o pasto formado, após contratos que variavam de 3 a 5 anos. A prática do arrendamento de terras foi comum em Bonito. A soja foi o produto de maior área plantada, com alcance de 18.300 hectares na safra de 1984. Essa situação foi amparada pela valorização do produto no mercado internacional e, conseqüentemente, pelos preços alcançados pela comercialização. Nas safras posteriores, todos os produtos agrícolas tiveram um declínio da área plantada, inclusive a soja, que nunca mais recuperou os patamares anteriores (Figura 1).

FIGURA 1 - BONITO: EVOLUÇÃO DA ÁREA COLHIDA DOS PRINCIPAIS PRODUTOS AGRÍCOLAS (ha)



FONTE: LEVANTAMENTO SISTEMÁTICO DA PRODUÇÃO AGRÍCOLA - IBGE

Nos anos oitenta a área ocupada pela agricultura sofreu uma redução, impactada diretamente pelas mudanças na política agrícola, principalmente com relação à redução dos subsídios e do corte de incentivos a programas de crédito rural. Além da política econômica, o declínio da produção agrícola ocorreu devido ao fim dos contratos de arrendamento e da instalação da atividade pecuária, cujo rebanho bovino aumentou em número até 2002, tendo estabilizado em torno das 350.000 cabeças.

Em entrevista concedida aos autores, em 9 de outubro de 2004, o Presidente do Sindicato Rural dos Trabalhadores Rurais de Bonito, Sr. Augusto Pires, fez o seguinte relato:

Na década de 1980 era melhor a agricultura em Bonito, a cidade não tinha desemprego, fome etc. Quem trabalhava a agricultura em Bonito eram arrendatários de terras, que abriam as terras retirando a mata nativa e iniciando o plantio. Quando chegaram ao fim os contratos de arrendamento, os proprietários retomaram as terras, substituindo a agricultura pela pecuária. Aliado a isso, os problemas enfrentados pelos agricultores, como dificuldade de acesso ao crédito no período de transição do governo de José Sarney para Fernando Collor Melo. Os pecuaristas, por outro lado, já eram os antigos proprietários das terras e hoje muitos destes já conseguem aliar a pecuária com a exploração turística em suas fazendas.

Outra entrevista, realizada em 10 de outubro de 2004 com o pecuarista Deusdito da Costa Medeiros (conhecido como Nenê Guascas, residente em Bonito desde 1969), relata: "os agricultores eram arrendatários (cerca de 80 a 90%). Existia em torno de 50.000 ha. de lavoura. Muitos agricultores foram embora, outros transferiram para a pecuária. Hoje existe em torno de 10.000 ha. Na pecuária corre-se menos riscos, alguns destes exploram o turismo em suas terras."

TABELA 1 - BONITO - CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO (POR Nº DE ESTABELECIMENTOS)

Condição	1975	1985	1995
Proprietário	459	559	658
Arrendatário	54	78	42

FONTE: IBGE – 2004
ORG: LOMBA, R.

Os dados oficiais não confirmam a expressão numérica que foi apontada pelo entrevistado (ver tabela 1), mas é provável que tenha partido dos arrendamentos o maior volume da produção agrícola.

Essas transformações na agricultura provocaram a redução da população residente na zona rural, mas não ocorreu um processo de redução do número de habitantes do município (ver tabela 2). Bonito continuou a manter um crescimento populacional nas décadas de 1980 e 1990. As atividades realizadas na área urbana ofereceram oportunidades de trabalho para os desempregados do campo e até mesmo atraíram pessoas de outros municípios.

A década de oitenta foi representativa da pressão que a agricultura exerceu na economia e no ambiente do município. A valorização da soja no mercado internacional fez com que a área de muitas lavouras se estendessem até as cabeceiras dos principais rios da região (Rios Formoso e Formosinho). Na avaliação feita por Boggiani (2001), houve um acelerado e descontrolado processo de desmantelamento, a ponto de terem ocupado até as margens dos córregos. Esta situação de uso da terra, aliada às chuvas anormais ocorridas em maio de 1992, com incidências superiores a cem mililitros em períodos de três dias, conduziu a um nível de turvamento nunca visto das águas dos rios da região, até então de incrível transparência e límpidos.

Segundo Boggiani,

Além disso, as recentes degradações ambientais preocupavam. Parecia que a Serra da Bodoquena estava se desmanchando, desfazia-se diante de olhares sensíveis, porém impotentes, frente ao poder do progresso a qualquer custo. O esgoto da cidade, parcialmente tratado, causava preocupação, assim como a falta de cuidado com o lixo, com a conservação do solo e com o uso intenso de agrotóxicos. Através de panfletos, contendo alerta sobre estes temas, nascia de forma isolada uma das primeiras organizações ambientalistas de Bonito, a Pró-Formoso. (BOGGIANI, 2001, p.156)

Esses fatos conjugaram-se a mais dois eventos significativos como marco da transição do modelo da exploração agrícola para a exploração econômica do turismo, que foram:

TABELA 2 - BONITO: POPULAÇÃO RESIDENTE SEGUNDO SITUAÇÃO DE DOMICÍLIO – 1950-2001

Condição	1950	1960	1970	1980	1991	1996	2001
Urbana	483	863	1.563	5.110	10.322	11.164	12.928
Rural	3.877	4.929	6.350	5.904	5.221	4.088	4.028
TOTAL	4.360	5.842	7.913	11.014	15.543	15.253	16.956

FONTE: CENSO DEMOGRÁFICO - IBGE

a) A sensibilização gerada pela Eco-92, ocorrida no Rio de Janeiro, ao gerar manifestações contra o modelo do desenvolvimento econômico até então implementado. Boggiani destaca que, em Bonito, a sociedade teve papel fundamental para o desenvolvimento do turismo, demonstrando a revolta através da puxação de muros no centro da cidade contra a degradação ambiental promovida pelos agricultores. Boggiani (2001, p. 156) afirma que

sob a ameaça de ter suas belezas naturais destruídas, pessoas da cidade, preocupadas com o futuro de Bonito, pixaram o muro da rua principal com a frase: “os agricultores estão acabando com Bonito”, que expressava a revolta de alguns com a poluição, sensibilizados e motivados pelos acontecimentos da Eco-92, ocorrida em julho no Rio de Janeiro...

b) A Expedição Franco-Brasileira Bonito 92, que realizou uma exploração subaquática das cavernas da região e que recebeu ampla divulgação na mídia televisiva nacional. A mídia é responsável por atrair a atenção para a natureza, a beleza natural como possibilidade de recurso econômico, estimulando, ainda que indiretamente, o aproveitamento mercantil do imaterial.

Podemos sintetizar que esse conjunto de ações de caráter endógeno (pressão exercida pela exploração agrícola, paulatina substituição das lavouras pela pecuária, manifestações sociais locais) e exógeno (Eco-92, Expedição Franco-Brasileira, repercussão na mídia nacional) marcam o período de surgimento do turismo como alternativa econômica, considerando o apelo “politicamente correto” por uma proposta de desenvolvimento econômico, em tese menos agressivo ao meio ambiente³, no contexto da revalorização da natureza ocorrida no mundo ocidental a partir da década de 1960.

A primeira manifestação oficial em torno da atividade turística foi o curso para a formação de Guias de Turismo, parceria do Governo do Estado com a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Até então, o meio ambiente é condição de contemplação e lazer dos moradores, de alguns visitantes de municípios vizinhos ou da capital. Essa mercantilização da paisagem natural se intensifica, em Bonito, a partir dos anos noventa.

Segundo dados levantados por Vargas, em 1996, o número de atrativos destinados ao turismo aumentou acentuadamente. Os principais eram: Gruta do Lago Azul, Balneário Municipal, Aquário Natural/Baía Bonita, Ilha do Padre, Rio Sucuri, Rio do Peixe, Cachoeiras do Aquidaban, Cachoeiras do Taíca, Projeto Vivo (caminha-

das em trilhas). O Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal, em 1996, possuía cadastrados 24 passeios. Os mais procurados naquele ano, de acordo com aquele órgão, foram a Gruta do Lago Azul – o mais barato – com mais de 30.000 visitantes, seguido pelo Aquário Natural, com mais de 14 mil, e o Rio Sucuri, com aproximadamente 10 mil visitantes por ano (VARGAS, 2001).

A cidade de Bonito não apresentava, em meados da década de 1980, infra-estrutura razoável para o turismo. Os poucos hotéis estavam voltados mais para viajantes comerciais e fazendeiros e o acesso era feito em parte por estradas de terras que, nas épocas de chuvas, ficavam intransitáveis. O turista que visitava Bonito até então, possuía um caráter mais aventureiro. (LOMBA, 2004)

Entre as iniciativas que deram início ao turismo em Bonito, destacam-se os passeios de bote inflável ao longo do Rio Formoso, por iniciativa de empresários que já desenvolviam esta atividade no Rio Paraibuna, no Estado do Rio de Janeiro. Este empreendimento já apresentava características turísticas, vindo a ser o primeiro empreendimento turístico propriamente dito em Bonito, a Happakany, por meio da qual também eram organizadas visitas à Baía Bonita, rebatizada como Aquário Natural, e a Gruta do Lago Azul e Gruta Nossa Senhora Aparecida.

A ORGANIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

Uma introdução inicial sobre o turismo e seu desenvolvimento na modernidade é realizada por Urry (1996):

Ele [o turismo] se refere ao consumo de bens e serviços que, em certo sentido são desnecessários. São consumidos porque geram supostamente experiências prazerosas, diferentes daquelas com que nos deparamos na vida cotidiana. E, no entanto, pelo menos parte dessas experiências consiste em lançar um olhar ou encarar um conjunto de diferentes cenários, paisagens ou vistas de cidades que se situam fora daquilo que, para nós, é comum. (URRY, 1996, p.15)

Urry analisa que sempre houve períodos em que boa parte da população entregou-se aos divertimentos ou à recreação. Na Idade Média, o lazer em muito pouco se parecia com as formas modernas e articuladas de hoje, sendo representado pelas feiras. Na Inglaterra, havia pelo menos uma feira anual em muitas cidades, ou mais de uma. As pessoas percorriam distâncias consi-

³ Cf. “O mito do desenvolvimento sustentável da atividade turística”, de Rodrigues (2001).

deráveis e as feiras sempre misturavam negócios e prazer, normalmente encerrados na taverna. Por volta do século XVIII, já no capitalismo, o estabelecimento público tornara-se um dos principais locais da vida pública da comunidade, fornecendo luz, alimentação, mobiliário, notícia, comodidades bancárias e de viagem, distrações e sociabilidade (URRY, 1996).

O que caracteriza as diferenças básicas entre o turismo praticado antes do século XIX, e o praticado pelas massas da sociedade moderna é que antes do referido século, as pessoas que praticavam esta atividade pertenciam às classes de maior poder aquisitivo. Com o desenvolvimento das formas modernas de turismo e de organização da sociedade de classes, boa parte da população, quando em férias, viaja para algum lugar com a finalidade de contemplação e permanência sem ligações com seu trabalho.

Moretti (2001), aponta alguns fatores que contribuíram para o desenvolvimento da atividade turística. Primeiro, a racionalidade imposta ao trabalho pela produção industrial provocou a separação do tempo/espço do trabalho, do tempo/espço do divertimento, da religião e das festividades. Em nome desta racionalidade, introduziu-se no espço o tempo do lazer, uma organização e uma rotina construídas no espço e tempo do trabalho, treinou-se o trabalhador nos moldes da produção industrial tanto no momento do trabalho quanto no momento do lazer.

O Romantismo (movimento literário que teve início na Europa no final do século XVII e início do século XVIII) provocou a valorização da contemplação e do uso da natureza; passou-se a entender que a mudança do ambiente de trabalho e da vida nas cidades industriais para ambientes naturais, por um pequeno período de tempo, era essencial para a saúde dos trabalhadores urbanos. (MORETTI, 2001). O autor destaca, também, o desenvolvimento dos transportes como contribuição para o crescimento da atividade turística através de dois aspectos: a redução do tempo de viagem e a redução do custo individual das viagens, que tornaram possível o alcance de espços de lazer em um tempo mais curto.

Com as inovações tecnológicas, a comercialização do espço através da atividade turística tornou-se muito maior. Surgiram agências de turismo em rede. O espço pode ser adquirido por qualquer indivíduo em qualquer parte do planeta. O desenvolvimento da velocidade nos meios de transportes rápidos, do sistema financeiro, da moeda internacional, a língua internacional (inglês), as facilidades de compras (cartão de crédito) entre outros fatores, proporcionam o desenvolvimento do turismo (RODRIGUES, 2001).

Moretti (2001) argumenta que a atividade turística desenvolve-se no mundo todo como forma de ocupar o

tempo fora do trabalho. A racionalização do ócio ou tempo fora do lugar de trabalho está atrelado através da atividade turística ao mercado (MORETTI, 2001). O que era "conquista" (o lazer e a contemplação por parte de classes trabalhadoras) agora é transformada em uma nova atividade econômica, em novas formas de reprodução do Capital, igualmente parecidas com as tradicionais formas de produção, mas com uma característica um tanto peculiar, como afirma Rodrigues (2001), seria a "indústria das contemplações e das paisagens" ou "indústrias dos serviços" no modo genérico de tratar o assunto.

Igualmente nota-se a transformação da paisagem natural através da urbanização. Na atividade turística o que importa é a comercialização das paisagens, as quais devem ser transformadas para gerar o máximo conforto possível aos turistas. O que predomina é o urbano, visível em cidades turísticas através de sua gama de bens e serviços direcionados a este tipo de atividade, como os hotéis (alguns destes em meio a paisagens naturais conservadas), estradas, rodoviárias, aeroportos, comércio específico. A visita do turista seria "uma aventura e o contato com a natureza dominada e artificializada" (MORETTI, 2001, p.54).

O turismo em áreas rurais normalmente tem um custo mais elevado ao turista do que as outras modalidades de turismo de massa, como os oferecidos em determinados balneários marítimos, museus etc. Em função deste custo mais elevado, praticá-lo representa gozar de um *status* maior ainda. O poder de compra dos indivíduos é que "está em jogo".

Para ser capaz de reivindicar semelhante *status* normalmente é necessário dinheiro, meio de locomoção, reserva de acomodação (leito de hotel, *trailer* ou *camping*). É igualmente necessário que as excursões em grupo usem determinados tipos de transporte, tais como avião, ônibus e trem. Torna-se necessário adotar certos tipos de comportamento considerados apropriados. Isto é particularmente relevante para a análise do turismo em Bonito, onde predomina a modalidade conhecida como ecoturismo. Além da acessibilidade, que exige meio de transporte adequado, o turista tem que adquirir ou alugar os equipamentos necessários para a prática de algumas modalidades, como *rafting* e canoagem, nas quais precisa-se de coletes, roupas para mergulho, calçados apropriados.

Outro importante mecanismo do turismo moderno é a proliferação de imagens fotográficas, desde a invenção da fotografia, em 1839. Ao longo deste um século e meio ocorreu uma ilimitada insaciabilidade do olho que fotografa, uma insaciabilidade que ensina novos modos de contemplar o mundo e novas formas de fazê-lo. É fundamental, porém, compreender que a fotografia é uma maneira socialmente construída de ver e

registrar. Como tal, possui inúmeras características essenciais. Para Urry,

As imagens fotográficas organizam nossas expectativas ou nossos devaneios sobre os lugares que poderíamos contemplar. Quando estamos viajando, registramos imagens daquilo que contemplamos. Escolhemos parcialmente para onde ir, a fim de capturar imagens em um filme. A obtenção de imagens fotográficas organiza em parte nossas experiências enquanto turistas. Nossas recordações dos lugares onde estivemos são estruturadas em grande medida através das imagens fotográficas e o texto, sobretudo verbal, que tecemos em torno dessas imagens quando as mostramos para os outros. Assim, o olhar do turista envolve irredutivelmente a rápida circulação das imagens fotográficas. (URRY, 1996, p.187)

O turista moderno torna-se “coleccionador de lugares”. Através da fotografia, o turista representa o vivenciado em viagem (emoções, objetos culturais, imagens etc). Os roteiros normalmente são os mais diversos, pois tornar-se um “coleccionador”, implica que tem e deve conhecer uma infinidade de outros lugares, por isso entre os turistas “modernos”, existe uma “promiscuidade” muito grande em relação aos lugares visitados. Os lugares preferidos para a contemplação turística são aqueles que, por motivos distintos, estão no alvo da “moda”.

Essa necessidade do registro provoca o surgimento ou a expansão de uma rede de estabelecimentos de material fotográfico para atender à demanda. Em Bonito, isso faz parte da rede de serviços que se expandiu em função da atividade turística. É necessário registrar que as máquinas digitais podem transformar essa rede de serviços ou ao menos alterar as relações de dependência, pois os filmes tradicionais tornavam o turista dependente dos serviços de revelação, dada a curiosidade latente em ver revelado seu registro fotográfico. A máquina digital não necessita de uma aquisição de filmes e cada vez mais a “memória” desses equipamentos é desenvolvida com maior capacidade de armazenamento. Também não se necessita do “imediate” serviço de revelação, na medida em que o registro torna-se visível instantaneamente, saciando a curiosidade. Em Bonito, é comum que fotógrafos profissionais acompanhem os passeios, registrando as imagens que serão reunidas em CD para serem vendidas aos turistas.

A organização da atividade turística em Bonito não demora a profissionalizar-se, pois incorpora as experiências da profissionalização de outros lugares. Em menos de uma década, a atividade está estruturada com os papéis de seus agentes bastante definidos:

a) O turista pode ser subdividido em três categorias: 1) O turista estrangeiro – a maior parte dos turistas

chega através de pacotes de agências de turismo. São turistas que aproveitam as relações de câmbio para hospedarem-se nos hotéis de padrão mais confortável ou nos *resorts* localizados na área rural, com toda infraestrutura material e recursos humanos para o pronto atendimento. Há um consumo da atividade turística de forma pontual. Seguem o circuito hotel-passeio-hotel, já que este oferece toda a infraestrutura, inclusive de alimentação. Há um contato esporádico com a “cidade” de Bonito; 2) O turista nacional – há uma estratificação que agrupa poder aquisitivo e distância física. Quanto mais abastados e quanto maior a distância percorrida, a característica principal é a chegada através de pacotes turísticos, hospedagem em estabelecimentos de qualidade superior. Realizam uma maior interação com a “cidade”, freqüentando restaurantes e pontos comerciais. Predominam nos períodos de alta temporada (férias escolares, feriados prolongados); 3) O turista regional (embora possa fazer parte da categoria anterior, distingue-se de forma quantitativa). Tendem a usufruir menos os pacotes de passeios mais caros e sofisticados. São grupos de identidades, geralmente adolescentes ou famílias que saem em grupo, concentram-se na rua de passeio, hospedam-se em estabelecimentos de qualidade padrão e são os clientes das inúmeras pousadas de caráter familiar. São responsáveis pela maior parte da renda dos pequenos estabelecimentos nos períodos de alta temporada. O passeio mais consumido é o Balneário Municipal.

b) As agências de turismo. Segundo o Conselho Municipal do Turismo, existem 29 operadoras no município. São as responsáveis pelo agendamento dos passeios dos freqüentadores que não chegam a Bonito através de pacotes fechados. Ficam com os consumidores do varejo, principalmente os turistas nacionais e regionais. Cobram entre 10 e 15% do custo do passeio. São responsáveis pelo agenciamento, pela indicação do guia turístico e, quando é o caso, pela forma de transporte. A maioria tem relações com outras agências numa rede de solidariedade com hotéis, pousadas e restaurantes, pois são capazes de oferecer referências sobre esses estabelecimentos, indicando-os aos clientes que chegam para contratar os passeios. O mesmo comportamento é assumido por hotéis e pousadas, que indicam aos seus hóspedes as agências de turismo onde podem contratar os passeios. Essa rede de solidariedade que predomina entre esses agentes exclui a colaboração dos hotéis de padrão mais elevado e dos *resorts*, cuja clientela já chega com a agenda definida e os agentes que serão envolvidos.

Segundo funcionária de uma agência:

existe uma rotatividade grande entre os funcionários das agências; muitas destas não conseguem se fi-

xar por longo tempo no mercado. As agências precisam de muita divulgação, fazer contatos e parcerias; as agências que se sobressaem em Bonito são aquelas que possuem maior tradição, que já estão há mais tempo no mercado.

Elas não monopolizam os passeios, ao contrário do que possa parecer, mas estão à mercê das autorizações e dos valores que devem recolher para o proprietário das terras onde estão os atrativos. Após contratar o passeio, a agência torna-se responsável por qualquer eventualidade que possa acontecer com o turista e que o impeça de realizar o passeio. Nesse caso, a agência fica com o prejuízo pelo não pagamento já que o proprietário do atrativo jamais perde.

c) Os guias de turismo são a personificação material do turismo como atividade econômica geradora de novos postos de trabalho e oportunidades. São pessoas residentes e muitas perderam a condição de trabalho anterior (nas fazendas, como pescadores...) e foram treinadas para fazer parte da atividade. São responsáveis pelo acompanhamento do turista ao local a ser visitado. Trata-se de mão-de-obra especializada, treinada para o objetivo específico de oferecer informações sobre o local, cuidar da integridade física dos consumidores e personificar o bom-humor, típico da função profissional.

d) Os proprietários dos pontos turísticos. Como os pontos turísticos localizam-se na área rural, o acesso é permitido a partir de uma autorização conferida pelo proprietário, mediado pelo guia e pela agência de turismo. O proprietário fica com um valor em torno de 30% do custo do passeio para o turista. São “proprietários” de cachoeiras, grutas, trilhas em meio à vegetação nativa, trechos de rios, acidentes geográficos. O proprietário investe no receptivo – os pontos de recepção, lazer e descanso, na manutenção da acessibilidade e sinalização, invariavelmente com a colaboração do poder público. Alguns receptivos são formados por lanchonetes ou restaurantes e pelo ponto de registro da entrada do turista. Os proprietários dos passeios são os proprietários das terras, antes fazendas com pecuária ou lavoura e muitas vezes há a concomitância das duas atividades, sem interferência direta de uma na outra. Aqueles cujas terras são mais dotadas de acidentes naturais, encontram-se satisfeitos com a lucratividade, às vezes complementar de renda ou às vezes a renda principal, porque há um custo de investimento relativamente baixo. Não se investe em cachoeira como é necessário investir na aquisição de matrizes de reprodutores ou sementes. O capital está instalado como dádiva. No momento de transição da atividade agropecuária para o turismo, alguns produtores deixaram as terras, vendendo-as a preços baixos. Essas propriedades foram adquiridas por profissionais libe-

rais, pessoas com capital e perspectiva de negócios lucrativos com base no “turismo ecológico”. Esses novos proprietários foram colaboradores na elaboração de estratégias de profissionalização em parceria com o poder público.

e) O poder público. Em suas várias instâncias, o poder público oferece o suporte material e, às vezes, operacional para a exploração da atividade: a Prefeitura de Bonito através da organização do *trade* e do *marketing*; o Governo do Estado através do apoio a eventos e *marketing*; o Governo Federal colaborou com a construção do Aeroporto Internacional de Bonito, em 2004.

f) Os comerciantes. Essa classe econômica tem sua dimensão fortalecida com a consolidação da atividade turística. Houve a permanência de alguns comerciantes que já exerciam essa função, como proprietários de padarias, farmácias, lojas de vestuário etc. e o aumento do número de estabelecimentos especificamente criados com o propósito do atendimento ao turista.

No período de duas décadas houve um crescimento da ordem de 73,7% no número de estabelecimentos comerciais (ver tabela 3). Uma média de criação de 1 estabelecimento novo por mês, num município com a população em torno de 16.000 habitantes.

TABELA 3 - BONITO: CRESCIMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA

Ano	1980	1998	2000	2002
Total de estabelecimentos	86	204	265	328

FORNTE: CENSO COMERCIAL E INDUSTRIAL - IBGE

Esse aumento não é apenas quantitativo, mas com qualidades diferenciadas. O que se destaca na paisagem urbana são as lojas de venda de artesanato e *souvenirs*, típicas de cidades turísticas. As camisetas com inscrições relativas ao turismo em Bonito são o produto mais clássico desse tipo de comércio.

Em Bonito existem 23 lojas que comercializam *souvenirs* e artesanatos. Do total, 19 estão localizados na Rua Cel. Pilad Rebuá. Os produtos comercializados por esses estabelecimentos, conforme verificado nas entrevistas, são adquiridos em outras cidades do Estado de Mato Grosso do Sul, em outros estados brasileiros, como São Paulo, Paraná, Rio de Janeiro e alguns, até mesmo, de fora do país. Na loja “Além da Arte”, a proprietária importa produtos da Malásia e Tailândia. São desde pequenas lembranças até objetos de decoração, com serviço de entrega em domicílio. Originário de Bonito é o artesanato produzido pela comunidade indígena da tribo Kinikiwawa.

As lojas de vestuário disponibilizam peças de grifes reconhecidas nacionalmente, alterando o padrão do comércio de vestuário popular que predominava na cida-

de. A rede de serviços conta com locadoras de automóveis, agências de turismo, bares e restaurantes sofisticadamente decorados com adereços que fazem referência ao meio ambiente. São materiais rústicos que transmitem a sensação de valorização e preservação da natureza. Essa proposta se fortalece de fora para dentro, os proprietários passam a definir um estilo “Bonito” de decorar e receber que é agradável ao visitante. Os restaurantes primam pelo cardápio com base nos peixes e na carne de jacaré e as sorveterias oferecem produtos com sabores de frutas típicas. Segundo dados do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), em Bonito existem tabulados 16 itens entre comidas, bebidas, doces e sorvetes típicos do local. Existem cadastrados 43 estabelecimentos entre bares e restaurantes, o que representa um total de 751 mesas. No setor gastronômico, a construção de um símbolo típico de consumo já ocorreu. Trata-se da fabricação de uma bebida típica à base de cachaça, mel e guaraná, que é bastante apreciada por turistas, chamada de “Taboa”. Além das lojas de *souvenirs*, artesanato e vestuário, os restaurantes e o serviço de locação de veículos são indicadores do crescimento da atividade turística.

O serviço de locação de automóveis ainda é restrito em função da demanda bastante sazonal e porque a maior parte dos turistas circula em veículos fretados pelas operadoras. A frota disponível é de 9 carros. Além do uso pelos visitantes, a empresa aluga carros para pessoas residentes na cidade, que desejam viajar em grupo, normalmente de 4 pessoas, para a capital do Estado, Campo Grande, pois o valor do aluguel de um carro simples, é mais barato que as 4 passagens de ônibus e os gastos com deslocamento em Campo Grande. É uma estratégia, ainda que de menor expressão, que a faz permanecer em atuação nos períodos da baixa temporada.

Os comerciantes e prestadores de serviços funcionam em dois turnos na alta temporada. Trabalham das 8 às 16 horas e das 16 às 23 horas. O horário permite o prosseguimento regular nos estudos, sendo uma das maiores vantagens apontadas nas entrevistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recentemente foi produzida expressiva literatura sobre o processo de apropriação e consumo do espaço geográfico pela atividade turística, mas pouco publicouse sobre as complementaridades que a atividade turística exige em torno de si e como essas complementaridades criam novas relações sociais e novas paisagens. Em Bonito, houve a transição, em um espaço de tempo relativamente curto, da atividade agrícola para o

turismo enquanto atividade econômica. A redução da área plantada tende a provocar uma extinção de postos de trabalho e, em municípios de pequeno porte, um processo de redução do número de habitantes, em função da migração e da procura por emprego em cidades de maior porte. Não é o que ocorre em Bonito. A retração da agricultura implica na redução da população residente na zona rural. Mas a população total do município não teve redução, ao contrário, ela aumentou na última década.

A expansão do comércio e da economia de serviços, como atividades predominantemente urbanas, são responsáveis pela criação de empregos e oportunidades em uma economia que margeava a decadência em termos de rentabilidade. Essa transição não ocorre imprimindo o conflito de interesses, pois a classe proprietária de terras continua a beneficiar-se dessa nova modalidade de exploração, até então pouco pensada, que é a mercantilização do imaterial – beleza natural – e dos objetos construídos pela natureza, sem que houvesse a imobilização de capital ou recursos humanos.

Por outro lado, o que as atividades urbanas produzem é uma pulverização da renda a partir da criação dos postos de trabalho. O turismo, embora deixe a maior parte de sua renda com os proprietários dos estabelecimentos rurais e com os que investiram na recepção desse turista, organiza no urbano uma quantidade de funções antes inexistentes. Trata-se da expansão do circuito inferior da economia. O trabalho no circuito inferior permite aos seus agentes a reprodução social no interior de uma atividade que é dominada e voltada para classes sociais de poder aquisitivo mais elevado.

Em contrapartida, a pressão pelo consumo do espaço provoca a elevação do valor dos terrenos e dos aluguéis, aumenta o custo de vida dos residentes. O turismo, ao exercer a força de ímã, atrai para si parte dos recursos públicos e deixa parte de sua população à mercê da atividade. Bonito tem um aeroporto de classe internacional, mas não tem um terminal rodoviário com as mínimas condições de conforto e operacionalidade para seus usuários. A paisagem urbana é embelezada pelas fachadas produzidas para serem atrativas, ainda que transpareçam uma artificialidade construída, uma plastificação estética e suas ruas periféricas não contam com asfaltamento, saneamento básico, calçamento, equipamentos urbanos mínimos (e máximos, como programas habitacionais).

São condições complexas que não merecem um juízo de valor contra ou a favor, mas sim a compreensão das contradições inerentes a quaisquer atividades realizadas na perspectiva da reprodução do capital, no caso da atividade turística, com formas modernas e diferenciadas de acumulação.

REFERÊNCIAS

- BOGGIANI, Paulo César. Ciência, meio ambiente e turismo em Bonito: a combinação que deu certo? In: BANDUCCI, A.; MORETTI, E. C. (Orgs.). *Qual paraíso: turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal*. Campo Grande: UFMS, 2001. p. 151-165.
- IBGE. *Censo demográfico 2000*. Rio de Janeiro: IBGE, 2001.
- _____. *Indicadores para Agropecuária*. Rio de Janeiro: IBGE, 2004.
- LOMBA, Gilson. *A atividade turística em Bonito-MS e o novo mundo do trabalho*. Campo Grande, 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.
- LUCHIARI, Maria T. D. Paes. *O lugar no mundo contemporâneo: turismo e urbanização em Ubatuba-SP*. Campinas, 1999. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp.
- MÉNDEZ, Ricardo. *Geografia econômica: la lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona: Editorial Ariel, 1997.
- MORETTI, Edvaldo Cesar. Atividade turística: produção e consumo do lugar Pantanal. In: BANDUCCI, A.; MORETTI, E. C. (Orgs.). *Qual paraíso: turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal*. Campo Grande, UFMS, 2001. p. 41-73.
- PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Novos caminhos para a geografia*. São Paulo: Contexto, 1999. p. 143-159.
- RODRIGUES, Arlete Moisés. O mito da sustentabilidade da atividade turística, In: BANDUCCI, A.; MORETTI, E. C. (Orgs.). *Qual paraíso: turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal*. Campo Grande: UFMS, 2001. p. 19-38.
- SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo – razão e emoção*. São Paulo. Hucitec, 1996.
- _____. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.
- URRY, John. *O olhar do turista - lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, 1996.
- VARGAS, Icléia A. *Ecoturismos e desenvolvimento sustentável em Bonito – MS: elementos para uma análise ambiental*. Campo Grande, 1998. 180 p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.
- _____. A gênese do turismo em Bonito. In: BANDUCCI, A.; MORETTI, E. C. (Orgs.). *Qual paraíso: turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal*. Campo Grande: UFMS, 2001. p. 127-149.