

POTENCIAL DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC) EM BONITO-MS

1. Introdução

O Plano Nacional do Turismo - PNT (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019) estabelece diretrizes para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, com orientação para o setor público e privado, visando a melhor utilização de recursos, o plano tem caráter estratégico para implementação de políticas de turismo. A atividade turística tende a um crescimento no Brasil, com mais participação direta no PIB, o segmento pode gerar empregos pela necessidade de mão-de-obra envolvida em sua cadeia produtiva, além disso, o turismo se mostra um importante pilar no desenvolvimento econômico, visto que a atividade turística gera, além de empregos, investimentos e renda para uma população.

Contudo, em muitos casos ocorrem situações em que o turismo é monopolizado por empresas que focam em lucro, resultando na criação de um sistema individualista e voltado para o capital, que se torna predador da natureza e pouco valoriza as minorias sociais. É nesse sentido que se tem buscado uma abordagem diferente de turismo, que seja mais sustentável e tratando sustentabilidade como uma forma de competitividade entre empresas, visto que os clientes possuem cada vez mais ideais de defesas sociais e ambientais (HAN et al, 2019).

O Turismo de Base Comunitária (TBC) se caracteriza como um estilo de turismo sustentável. O TBC aproxima os atores de uma comunidade na busca por soluções de cunho socioambiental e sociopolítico, utilizando o turismo atrelado com a realidade cotidiana da comunidade e fazendo com que os turistas vivenciem essas rotinas com parte da experiência que buscam (GÓMEZ et al, 2015).

Segundo Sales e Salles (2010), López-Guzmán, Sánchez-Cañizares e Pavón (2011), Agüera (2013) e Graciano e Holanda (2020), o TBC possui aspectos importantes que devem ser considerados quando pensa em seu desenvolvimento, como o fato de a população local ser responsável por sua gestão, preservação e valorização do meio ambiente, desenvolvimento social e valorização cultural, utilizar das rotinas da comunidade como plano turístico, além disso, é importante que o segmento proporcione renda e seja autossustentável. Nesse contexto o presente artigo se propõe a analisar o potencial desenvolvimento do TBC em Bonito-MS.

Segundo Silva et al (2019), em um estudo focado em como turistas avaliam as atrações na região, constata-se que aspectos relacionados a natureza são predominantes, isso porque Bonito-MS se tornou conhecido pelo seu ecoturismo, que é um segmento turístico que foca na preservação da natureza. Esse fator também pode servir para indicar um potencial para desenvolver o TBC na região, visto que nesse segmento turístico a valorização da natureza também é predominante.

2. Referencial Teórico

O turismo é uma atividade com potencial para melhoria na qualidade de vida, gerando empregos, dando visibilidade para uma comunidade, melhorando a relação entre sociedade e meio ambiente, etc. O que se espera é o turismo servindo como alavanca para o desenvolvimento de uma comunidade, por meio da disponibilização de atividades e serviços turísticos com qualidade para quem os usufrui, e dessa forma, pensar no turismo como um segmento que uni povos e culturas, e sua gestão sempre prezando pelo desenvolvimento local (CORIOLANO, 2012). Neste sentido discute-se o TBC.

O TBC é um modelo turístico sustentável que tem o objetivo de ser uma atividade conjunta da comunidade, que colabora para o sucesso. Quando a comunidade assume a gestão do turismo, ela tende a desenvolver um sentimento de valorização de seu patrimônio social, cultural e ambiental, é considerado a importância do turismo como forma de enriquecimento,

mas aderem um valor maior para a própria região, criando um laço entre o turismo e o desenvolvimento comunitário (SEBELE, 2010).

Para Coriolano e Sampaio (2012), o TBC integra em seu escopo fatores sociais, culturais e ambientais, além de tratar as rotinas da comunidade como uma forma de turismo, contrapondo o turismo convencional, que baseia suas ações em opções de maximização de capital, por vezes desconsiderando aspectos socioambientais. Mano, Mayer e Fratucci (2017) apontam que quem utiliza dos serviços do TBC notam uma aproximação com a cultura, história, rotina e questões sociais da comunidade local, isso aumenta os incentivos para desenvolvimento de práticas sociais, por meio do TBC.

Martins, Déjardin e Silva (2013) colocam que o TBC contempla iniciativas ambientais, tecnológicos, históricos e sociais, e o núcleo de suas atividades está na visão da população local, que envolve religião, gastronomia, etnia, danças, artes manuais, visuais, musicais e cênicas, manifestações folclóricas, dentre outras expressões cívicas e políticas.

De acordo com Maldonado (2009), o TBC é uma organização sustentada pela autogestão dos recursos patrimoniais comunitários, frisando os principais de cooperação, equidade no trabalho e divisão justa dos benefícios gerados pela prestação de serviços turísticos. Os aspectos positivos vão muito além dos recursos financeiros (ainda que renda seja necessária), ao valorizar a cultura, os modos de vida da comunidade, as tradições locais e o meio ambiente, cria-se um ambiente que permite e incentiva o intercâmbio cultural de diferentes identidades (IRVING, 2009).

Os turistas vivenciam um intercâmbio cultural, por meio dos produtos e serviços oferecidos que tem íntima relação com o cotidiano da região, o que lhes permitem construir experiências e visões únicas. Este modelo enxerga no protagonismo das comunidades locais o real desenvolvimento, uma nova oportunidade de inclusão social, por meio da autogestão, do associativismo/cooperativismo e da valorização cultural (SILVA; RAMIRO; TEIXEIRA, 2009).

Além disso, o TBC se trata de um negócio, assim, as comunidades buscam estratégias que podem proporcionar transformações socioeconômicas, utilizando o turismo para conciliar o crescimento econômico, a equidade social e a preservação dos patrimônios (SALES; SALLES, 2010; LÓPEZ-GUZMÁN; SÁNCHEZ-CAÑIZARES; PAVÓN, 2011).

Nesse sentido, o TBC pode ser entendido como um turismo construído e gerido pela comunidade, permitindo que esses atores participem diretamente nas decisões relativas a localidade e desenvolvimento (LÓPEZ-GUZMÁN; SÁNCHEZ-CAÑIZARES; PAVÓN, 2011; AGÜERA, 2013).

Contudo, deve-se considerar que as políticas para o desenvolvimento do TBC devem incluir a mobilização articulada de diversos agentes que fazem parte do turismo, no sentido não só de fomentar o desenvolvimento econômico, mas também o capital social (MOREIRA; VIDAL; FARIAS, 2003), trata-se do trade turístico.

Trade turístico são organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.) (EMBRATUR, 1998).

Nesse modelo turístico, a população está presente em todas as fases de criação das atividades turísticas, se por um lado muitos agentes que fazem parte do trade turístico convencional, fundamentam suas ações visando a maximização de lucros com pouca distribuição, por outro, os pequenos proprietários utilizam do turismo para criar valor na cultura local e compartilham as riquezas. As ações do TBC criam um aspecto de territorialidade, o que permite a destinos até então pouco atrativos, tornar-se locais de visitação, criando novos roteiro (CORIOLANO, 2009).

O TBC acolhe a participação social como compromisso central do planejamento e assim, todos os membros de uma comunidade que trabalham juntos podem desenvolver os mesmos interesses e promover articulações para a evolução de projetos comunitários. Os agentes que fazem parte do meio turístico, através de redes de colaboração, podem servir como veículos de aceleração no processo de desenvolvimento do TBC, se a relação entre o trade turístico e os organizadores do TBC (a comunidade) for fortalecida, os resultados podem ser muito mais eficientes (MORAES; IRVING, MENDONÇA, 2018).

Diversos autores discorrem sobre as características que constituem o TBC, o Quadro 1 reúne os cinco principais elementos que fazem parte do TBC:

Quadro 1: Elementos do TBC

Referência	Elementos
Silva, Ramiro e Teixeira (2009); Sebele (2010).	Gestão comunitária: a população local tem papel ativo desde o planejamento, implementação e desenvolvimento do turismo.
Sebele (2010); Coriolano e Sampaio (2012).	Valorização ambiental: tratar o meio ambiente não apenas como um item do escopo turístico, mas pensar em atividades que o valorize sem interferência.
Sebele (2010); Coriolano e Sampaio (2012); Mano, Mayer e Fratucci (2017).	Valorização história e cultural: a comunidade local e a região são o atrativo principal do TBC, isso envolve conservação e exposição da história e cultura regional.
Coriolano e Sampaio (2012); Mano, Mayer e Fratucci (2017).	Rotina da comunidade como parte do turismo: é importante que o turista sinta como é ser membro daquela comunidade, participando ativamente de atividades que são cotidianas.
Sales e Salles (2010); López-Guzmán, Sánchez-Cañizares e Pavón (2011).	Negócio rentável/sustentável: o TBC não deve ser pensado apenas como uma renda extra, mas como um veículo de sustentabilidade financeira, sua gestão deve frisar isso.

Fonte: Elaborado pelos autores com base na literatura levantada.

O Quadro 1 apresenta os elementos do TBC com base na literatura levantada e serve de base para o desenvolvimento da pesquisa.

3. Procedimentos Metodológicos

A pesquisa tem um caráter exploratório com uma abordagem qualitativa. Cooper e Schindler (2011) afirmam que em uma pesquisa exploratória pode-se desenvolver os conceitos com mais clareza, constituir prioridades, aumentar definições operacionais e planejar melhor a pesquisa. A pesquisa exploratória possui um caráter guiado para a descoberta e não o teste, ou seja, a exploração busca um melhor entendimento do tema estudado, considerando que o pesquisador possui pouca familiaridade com este (HAIR JR. et al, 2005).

Sampieri, Collado e Lucio (2013) apontam que a abordagem qualitativa é importante quando o fenômeno de interesse é muito difícil de ser medido ou quando não foi medido anteriormente. A abordagem qualitativa é comumente utilizada quando se quer entender a natureza de um fenômeno social, além disto, determinadas questões de pesquisa exigem uma conotação qualitativa (RICHARDSON, 2008).

Para o desenvolvimento da pesquisa escolheu-se como localidade o município de Bonito-MS. A região Bonito/Serra da Bodoquena que envolve os municípios de Bonito-MS, Nioaque-MS, Jardim-MS, Bela Vista-MS, Porto Murтинho-MS e Bodoquena-MS é uma das nove regiões turísticas do estado. Nesta região, de acordo com a Portaria nº 144, de 27 de agosto de 2015 dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, o município de Bonito-MS é categoria B, no estado apenas a capital, Campo Grande-MS é categoria A. Bonito-MS é o segundo do estado em número de meios de hospedagem e no quantitativo de

agências de turismo (FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL; OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL, 2019).

Na coleta de dados necessários no estudo, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas. De acordo com Yin (2010), as entrevistas, de modo geral, são uma forma essencial de coleta de dados, considerando que este modelo de coleta abrange assuntos humanos ou eventos comportamentais. O autor ainda constata que a entrevista pode, não apenas oferecer ideias a respeito do tema abordado, como também ajuda a contextualizar uma prévia histórica das situações.

As entrevistas foram feitas presencialmente e o estudo conta com dados de membros que compõe o trade turístico de Bonito-MS: integrantes do poder público (Secretário de Turismo e Secretário de Meio Ambiente), dois responsáveis por comércios, dois gerentes de restaurantes, duas agências de viagem e duas pousadas.

Foram propostos cinco elementos que compõe o TBC (apresentados no Quadro1), são eles: 1. Gestão comunitária; 2. Valorização ambiental; 3. Valorização história e cultural; 4. Rotina da comunidade como parte do turismo e; 5. Negócio rentável/sustentável. Considerando os dados da pesquisa e seu objetivo, os dados foram levantados e são analisados de acordo com essas categorias/elementos.

Os dados coletados foram tratados de acordo com a análise de conteúdo. Severino (2007) conjectura que a análise de conteúdo é uma forma na qual se tratam os discursos de diferentes linguagens: corporal, gestual, oral com imagens; trata-se de compreender o sentido manifesto ou oculto da comunicação. Roesch (2013) expõe que a análise de conteúdo permite que o pesquisador capture as perspectivas dos respondentes.

4. Resultados e Análises

Neste tópico apresentam-se os resultados e análises, inicialmente trazendo uma descrição dos elementos do TBC no contexto de Bonito-MS e posteriormente uma análise.

4.1. Elementos do TBC em Bonito-MS

Os elementos do TBC, apresentados no Quadro 1, são descritos no contexto de em Bonito-MS.

4.1.1. Gestão comunitária

A gestão comunitária é um dos fatores mais importantes a serem considerados, é visto que a participação ativa da comunidade no planejamento do turismo, proporciona maior equidade entre os atores, durante o desenvolvimento do TBC. Inclusive esse elemento é retomado como base para os demais elementos.

De acordo com Gómez et al (2015), a governança do TBC coloca em igualdade a opinião e pensamento de todos os atores que fazem parte do processo que é o turismo, isso envolve setor público, o dono da lanchonete, o gerente da pousada, o proprietário do pequeno comércio, etc. Todos eles tem voz ativa e promovem a comercialização do TBC em conjunto, bem como sua gestão.

No contexto de Bonito-MS não se observou a gestão comunitária. Não foi encontrado no poder público iniciativas de propostas de colaboração e nem gestão que envolve toda a comunidade, dentre outros agentes que fazem parte do turismo, o que se nota foi a grande influência que agências de turismo possuem, visto que essas mobilizam o turista para destinos fora da cidade: *“Nunca foi comentado uma ideia nesse sentido. Na verdade, se o turista vem pra cá, pra ficar os três dias, a agência tenta ao máximo fazer ele ir no passeios. Fica pouco tempo na cidade”* (Restaurante).

Como evidenciado, os comerciantes locais têm dificuldade de contato com os turistas, que acumula cansaço de um dia em atividades pré-agendadas, e dessa forma, não se dispõe a

conhecer outros atrativos locais da cidade. Algumas ações esporádicas (com iniciativa do comerciante) levam turistas até determinados empreendimentos locais: *“Eu dou 20% de desconto para os agentes em qualquer peça para eles indicarem. Mas infelizmente a gente não conta com 100% dessa divulgação”* (Comerciante), mas ainda assim não atividades isoladas, sem uma ação conjunta.

4.1.2. Valorização ambiental

Outro fator que deve ser considerado na estratégia do TBC é a valorização ambiental. Dessa forma, deve-se não somente incluir em seus atrativos fatores ambientais e culturais, como também priorizar a não interferência e preservação desses fatores (BURGOS; MERTENS, 2016). Deve-se pensar no meio ambiente não apenas como um item do escopo turístico, mas desenvolver atividades que o valorizem sem interferir em seu curso.

No que diz respeito ao meio ambiente, Bonito-MS se destaca com um modelo de ecoturismo. Segundo o Ministério do Turismo (2019), ecoturismo utiliza o patrimônio ambiental, incentivando sua conservação e de forma sustentável.

Na prática existem divergências quanto aos atores que participam da preservação desse patrimônio ambiental, a definição indica que os próprios agentes do turismo devem se responsabilizar, contudo, os dados apontam que o poder público é tido como o responsável pela gestão do patrimônio ambiental: *“Mas a prefeitura aqui é como se ela fosse o único que vai cuidar dos patrimônios. Mas aí [no contexto ambiental] tem tudo mundo envolvido”* (Prefeitura).

As ações do ecoturismo já agem de forma a conscientizar o turista a respeitar o patrimônio ambiental, além de também utilizá-los no turismo de forma sustentável. Contudo, o TBC traz o contexto de participação coletiva da comunidade, o que também inclui responsabilidade com a gestão do patrimônio ambiental. A sustentabilidade é amplamente debatida em pesquisas sobre o TBC, a ideia de preservação deve ser um atrativo para o turista (GRACIANO; HOLANDA, 2020).

4.1.3. Valorização história e cultural

A proposta de utilizar a comunidade como foco central do TBC vincula os aspectos históricos e culturais da região, que são vistos como um ponto turístico a ser explorado. A visibilidade do TBC cresce e o segmento ganha força por considerar estratégias que alinham a cultura e história de uma comunidade local, dando total protagonismo a região e sua população, fazendo frente aos padrões convencionais de turismo de massa (MORAES; IRVING; MENDONÇA, 2018).

Com base na pesquisa notou-se que os atrativos turísticos encontrados em Bonito-MS são focados nos patrimônios ambientais da região, e a gestão feita para divulgação e estratégia de utilização de utilização consideram que esses são também os fatores históricos. Isso deixa de lado todo o contexto da população local, sua história e cultura.

Contudo, existem pontos comerciais que utilizam de padrões culturais para atrair o turista, como gastronomia local e fauna e flora característicos sendo explorados em comércios.

4.1.4. Rotina da comunidade como parte do turismo

A comunidade ser protagonista no TBC é a principal diferença social que esse segmento traz, sendo assim, o que se espera é que o turista sinta-se como parte daquela comunidade, participando ativamente das rotinas. O que isso gera na região são mudanças socioeconômicas que permitem uma inclusão social da comunidade no turismo, onde membros de famílias trabalhem como receptores, guias, criando comércio e empreendimentos (SEABRA, 2012).

Nesse modelo de turismo, o turista deve participar de todas as atividades que tornar aquela região única, fazendo com que a experiência seja de vivência e não somente apreciação.

No TBC é visto como uma inovação pois nesse modelo o turista pode plantar, colher, pescar, cozinhar, tirar leite de vaca, criar esculturas artistas, entre tantas outras atividades que fazem parte do contexto histórico e cultural daquele local (GÓMEZ, et al, 2015).

Algumas ações foram vistas nesse sentido, durante a pesquisa foram identificadas iniciativas de empreendimentos locais que faziam com que o turista pudesse vivenciar a rotina do local, seja cozinhando, produzindo ou outras atividades que tinham participação da população local: *“Aqui também atua com a atividade de passeio. Isso aqui que eu fiz para vocês, eu faço para todos os turistas. O turista chega, a gente apresenta, conta história, vai até a fábrica, e o turista fica à vontade se quiser comprar ou não”* (Comerciante).

Mesmo com ações neste sentido, vê-se a oportunidade de desenvolvimento de negócios e atividades que trabalhem mais com essas ações.

4.1.5. Negócio rentável/sustentável.

O último elemento, que vincula todos os anteriores, é de que o TBC deve ser pensado como veículo de sustentabilidade financeira, não apenas como uma forma de renda extra. Para tanto, os atores que fazem parte do turismo deve pensar em sua gestão e comercialização de forma a atingir toda a comunidade. Apesar do marketing do TBC ser apontado como um item importante, pouco se discorre sobre planos concretos sobre o tema (GRACIANO; HOLANDA, 2020).

Em Bonito-MS o contexto de comercialização é focado em individualismo, em que grandes agências pensam apenas em seu próprio negócio: *“Às vezes não está todo mundo junto, não adianta por muita agência e hotel junto porque eles vão fazer ações pra se venderem. Falta o pessoal investir mais, acreditar mais, não adiante só esperar parceria do poder público, ele está aí pra ajudar, mas não tem os meio e recurso pra ajudar”* (Prefeitura).

Segundo Gómez et al (2015), o TBC precisa ser estruturado pensando em privilégios democráticos, em que a sustentabilidade financeira atinja toda a comunidade e os ganhos coletivos sejam representados por melhoria na condição de vida. A governança pensada de forma conjunta incentiva a comercialização coletiva, contrapondo a promoção individual, ou seja, o que deve ser divulgado é o destino turístico (a região como um todo) e não um determinado hotel ou comércio. Esses fatores promovem a sustentabilidade do TBC como um todo, incluindo a população e os atrativos.

4.2. Análise do TBC em Bonito-MS

Com base nos dados coletados na pesquisa foi possível notar um incentivo à preservação do local, em que as práticas turísticas tendem a evidenciar a preservação, principalmente do patrimônio ambiental. Segundo Trentin (2012) o TBC permite que a população se aproxime do patrimônio ambiental da região, criando uma relação baseada no respeito e preservação com o mesmo, além disso, utiliza tais valores como formas de beneficiar o desenvolvimento da região e do turismo em si.

Outro ponto que chama a atenção por ter relação com os preceitos do TBC é o fato de alguns empreendimentos utilizarem de suas rotinas como forma de turismo, aproximando o turista da comunidade, fazendo com que o mesmo tenha a experiência total do turismo, além de serem responsáveis pela própria gestão dessas ações. É um aspecto importante do TBC que a gestão seja feita pela comunidade local e seus empreendedores, esse fator tende a reduzir o poder das grandes agências de turismo, frisando e valorizando a comunidade local com o turismo (TIMOTHY, 2002).

Contudo, existe uma distância no que diz respeito à gestão comunitária e comercialização do TBC. Em ambos os casos, o turismo da região se mostra a favor de agências e redes de turismo que tem o domínio do monopólio. Apesar de existirem ações que promovam

a comunidade e suas rotinas (bem como os fatores ambientais e culturais), ainda estão longe do que a teoria indica para a gestão eficiente do TBC.

De acordo com Coriolano (2012), desenvolvimento vai além de crescimento, trata-se de um conceito associado a mudar a condição de vida das pessoas e comunidades. Esse conceito engloba uma série de processos que podem se ligar diretamente com o turismo, como territoriais, ambientais, econômicos, sociais e culturais. A crítica reside no fato da prática do turismo estar fortemente relacionada a crescimento financeiro, o resultado valoriza as empresas hegemônicas e enfraquece o TBC.

Assim, com base na pesquisa de campo e na análise do item 4.2 elaborou-se o Quadro 2 com os principais pontos identificados sobre os elementos do TBC em Bonito-MS.

Quadro 2: Elementos do TBC em Bonito-MS (pesquisa de campo)

Elementos do TBC	Principais pontos identificados na pesquisa de campo
Gestão Comunitária	Falta apoio e iniciativa do poder público, nota-se uma influência muito grande de agências de turismo, que mobilizam os turistas para seus destinos, lucrando com isso (aspecto esse muito marcante em turismo monopolizado), pequenos empreendedores locais possuem pouco espaço nas decisões e tem dificuldade de contato com o turista.
Valorização ambiental	Já existem práticas que incluem o meio ambiente no escopo turístico, e tendem a ser sustentáveis e trazer a ideia de conservação para o turista (ecoturismo), contudo, existe uma discrepância com o TBC, que indica que a responsabilidade da preservação é coletiva, o que não acontece em Bonito-MS, onde o poder público é visto como o único responsável.
Valorização história e cultural	Em Bonito-MS ocorre um equívoco em considerar que o patrimônio ambiental, fortemente utilizado no turismo, é também o cultural da região. A história e cultura local não são vistas como protagonistas, existindo ações comerciais que valorizam a gastronomia regional e características marcantes da fauna e flora, mas não trazendo a história da comunidade.
Rotina da comunidade como parte do turismo	Algumas atividades trazem o turista para dentro do contexto local, fazendo participar ativamente de tudo que envolve a rotina daquele ponto, ainda assim, são poucas e não são ações conjuntas e sim individuais.
Negócio rentável/sustentável	A comercialização do TBC é um dos fatores que permitem que o modelo seja rentável, em Bonito-MS ocorre marketing individualista por parte principalmente de agências de turismo, que continuam buscando monopólio turístico.

Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa de campo.

Existem formas de potencializar o desenvolvimento do TBC, por meio da utilização dos agentes do trade turístico, como agências locais, hotéis, transporte, comércio e outros operadores turísticos. Uma vez que a região utilize todos os atores locais para planejamento e execução dessas propostas, é possível desenvolver um turismo que seja sustentável de forma mais eficiente (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019).

Moraes, Irving e Mendonça (2018), citam as redes de colaboração com uma forma de intensificar a implementação do TBC, nela pode-se envolver empreendimentos comunitários e familiares, associações locais, cooperativas locais, ONGs e OSCs, entre outros agentes que fazem parte do escopo turístico. Sua gestão pode variar de acordo com cada contexto, porém, existe um compartilhamento de ideias e recursos que fortalecem o comércio do TBC.

É importante colocar que a ideia de rede de colaboração ainda deve ser vinculada com a localidade em questão, a gestão deve ser feita pela comunidade local. Quando o poder da gestão e controle do turismo é feito por empresas de fora, seu desenvolvimento pode não considerar os valores locais e os patrimônios ambientais e culturais da região, em contra partida,

o TBC valoriza e prioriza os aspectos locais, esse fator cria uma identidade regional e toda a população é beneficiada, assim como o turista (TIMOTHY, 2002).

5. Considerações Finais

O presente artigo se propõe a analisar o potencial desenvolvimento do TBC em Bonito-MS, para isto considerou os seguintes elementos encontrados na teoria: 1. Gestão comunitária; 2. Valorização ambiental; 3. Valorização história e cultural; 4. Rotina da comunidade como parte do turismo e; 5. Negócio rentável/sustentável.

Neste sentido notou-se que a falta apoio e iniciativa do poder público; identificaram-se práticas que incluem o meio ambiente no escopo turístico; viu-se que a história e cultura local não são vistas como protagonistas; observou-se que são poucas e não são ações conjuntas que promovem atividades na comunidade e, por fim, que é preciso estruturar a comercialização do TBC.

Entendendo o elemento 1, gestão comunitária, como base para os demais elementos, para o desenvolvimento do TBC em Bonito-MS deveria iniciar ações com a comunidade, algo além da participação no Conselho de Turismo, mas que efetivamente dê voz e espaço para ações na e para a comunidade. Talvez inicialmente para estruturar o TBC pudesse haver um agente coordenador que integrasse o trade turístico, mas que, com o tempo, promovesse a autogestão do TBC.

Bonito-MS é uma referência de turismo ecológico e aventureiro, esse contexto dificulta a introdução do TBC no mesmo ambiente que o turismo tradicional, visto que a propaganda e o desenvolvimento das atividades não atraem o turista para conhecer a comunidade como um todo, em seus aspectos históricos e culturais, bem como suas rotinas. Contudo, pode-se considerar que há uma estrutura física pronta para o desenvolvimento do TBC.

O presente artigo focou em Bonito-MS e considerou as respostas dos entrevistados, não se pretende aqui generalizar os dados. Para estudos futuros seria interessante uma pesquisa com o trade turístico apresentando o TBC e levantando quais ações poderiam ser realizadas.

Referências

AGÜERA, F. O. El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. **Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas**, n. 38, v. 2, 79-91. 2013.

BURGOS, A.; MERTENS, F. As redes de colaboração no turismo de base comunitária: implicações para a gestão participativa. **Tourism & Management Studies**. v. 12. n. 2, 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo**: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos – 1ª edição. Brasília: Ministério do Turismo, 2018.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. **Métodos de pesquisas em administração**. 10. ed. Porto Alegre. Bookman. 2011.

CORIOLOANO, L. N. A contribuição do turismo ao desenvolvimento local. In: PORTUGUEZ, A. P., FARIAS, G.; QUEIROZ, O. T. M. M. (orgs). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 61-70, 2012.

CORIOLOANO, L. N.; SAMPAIO, C. A. C. Discursos e concepções teóricas do desenvolvimento e perspectivas do turismo como indução. In: BRASILEIRO, M. D. S., MEDINA, J. C.; CORIOLOANO, L. N. (orgs). **Turismo, Cultura e Desenvolvimento**. Campina Grande: EDUEPB, 49-73, 2012.

CORIOLOANO, L. N. M. T. O turismo comunitário no nordeste brasileiro. In: BARTHOLO, R., SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 277-287, 2009.

EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo. A indústria do turismo no Brasil. perfil e tendências. **Anuário estatístico**. Brasília: Ministério da Indústria, Comércio e Turismo/Governo Federal, 1998.

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL; OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL. **Anuário 2019: ano base 2018, dados turísticos do estado de Mato Grosso do Sul**. Campo Grande: FUNDTUR, 2019.

GÓMEZ, C. R. P.; FALCÃO, M. C.; CASTILLO, L. A. G.; CORREIA, S. N.; OLIVEIRA, V. M. Turismo de base comunitária como inovação social: congruência entre os constructos. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 13. n. 5. 2015.

GRACIANO, P. F.; HOLANDA, L. A. Análise bibliométrica da produção científica sobre turismo de base comunitária de 2013 a 2018. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 14. n. 1. São Paulo, 2020.

HAIR JR., J. F., BABIN, B., MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAN, H.; EOM, T.; AL-ANSI, A., RYU, H. B.; KIM, W. Community-based tourism as a sustainable direction in destination development: An empirical examination of visitor behaviors. **Sustainability**, v. 11, n. 10, 1-14. 2019.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R., SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (orgs). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Nova Letra, 108-121, 2009.

LÓPEZ-GUZMÁN, T.; SÁNCHEZ-CAÑIZARES, S.; PAVÓN, V. Community-based tourism in developing countries: a case study. **Tourismos: as International Multidisciplinary Journal of Tourism**, v. 6, n. 1, 69-84. 2011.

MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In: BARTHOLO, R., SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (orgs). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 15-44, 2009.

MANO, A. D., MAYER, V. F.; FRATUCCI, A. C. Turismo de base comunitária na favela Santa Marta (RJ): oportunidades sociais, econômicas e culturais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 3, 413-435, 2017.

MARTINS, L. C. A.; DÉJARDIN, I. P.; SILVA, F. P. S. Reflexões sobre a importância da investigação histórica para o ecoturismo e o turismo de base comunitária. **El Periplo Sustentable**: revista de turismo, desarrollo y competitividad, 14, 187-207, 2013.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano nacional do turismo 2018-2022**: mais renda e emprego para o Brasil. Brasília/DF, 2019.

MORAES, E. A.; IRVING, M. A.; MENDONÇA, T. C. M. Turismo de base comunitária na América Latina: uma estratégia em rede. **Revista Turismo, Visão e Ação**. v. 20. n. 2. 2018.

MOREIRA, V., VIDAL, F. A. B.; FARIAS, I. Q. **Empreendedorismo social e economia solidária**: um estudo de caso da rede de desenvolvimento local integrado e sustentável da comunidade do Grande Bom Jardim. Fortaleza, 2003.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso. 3. ed. São Paulo. Atlas, 2013.

SALES, G. A. F.; SALLES, M. R. R. A dívida no turismo comunitário: constituição de vínculos sociais por colaboração solidária. **Turismo & Sociedade**. v. 3. n. 2. 2010.

SAMPIERI, R. H., COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SEABRA, G. F. Natureza, cultura e turismo em unidades de conservação. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G. F.; QUIEROZ, O. T. M. M. (Orgs) **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

SEBELE, L. S. Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. **Tourism Management**, v. 31, n. 136–146, 2010.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, K. T. P., RAMIRO, R.; TEIXEIRA, B. S. Fomento a turismo de base comunitária: a experiência do Ministério do Turismo. In: BARTHOLO, R., SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (orgs.). **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 359-373, 2009.

SILVA, M. B. O.; ARRUDA, D. O.; SOUZA, A. G. R.; MARIANI, M. A. P. Como os turistas percebem os atributos de atrativos turísticos em Bonito (MS)? Uma análise com base em comentários publicados no tripadvisor. **Revista Turismo Visão e Ação**. v. 21. n. 2. 2019.

TIMOTHY, D. J. Tourism and community development issues. in: SHARPLEY, R.; TELFER, D. J. **Tourism and Development**: Concepts and Issues. Clevedon, Buffalo, Toronto, Sydney: Channel View Publications. 2002.

TRENTIN, F. Turismo e estratégias desenvolvimento local: uma reflexão sobre as políticas difusionistas e territorialistas. In: PORTUGUEZ, A. P.; FARIAS, G. de; QUEIROZ, O. T. M.

M. (orgs). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local.** João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.