

Transformações Urbanas e Atividade Turística: A Experiência de Campo Grande, MS

Daniela Sottili Garcia¹,
Milton Augusto Pasquotto Mariani²

RESUMO

Neste artigo discutiu-se sobre as transformações urbanas em Campo Grande em decorrência do desenvolvimento da atividade turística, tendo como objetivo principal analisar a política pública de Turismo local e propor diretrizes para o desenvolvimento das mesmas. A metodologia utilizada foi a bibliográfica e documental. Contudo, buscou-se por meio desta pesquisa contribuições para discussões acerca das políticas públicas de Turismo no âmbito local, de forma a analisar, discutir e fomentar a atividade turística nesta localidade.

ABSTRACT

Urban Transformations and Tourist Activity: The Experience of Campo Grande, MS - In this article it has been discussed about the urban transformations in Campo Grande as result of the touristic activity's development. It has as main goal the analysis of the public's policies of the local tourism and proposes guidelines for the development as such. The methodology used was bibliographic and documental. However, it was searched through this research, contributions for discussions about the public's policies of Tourism in a local scope, in a way that analyzes discusses and promotes the touristic activities in this area.

Revista Rosa dos Ventos

5(3) 497-510, jul-set, 2013

© O(s) Autor(es) 2013

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Palavras-chave: Turismo. Políticas Públicas. Campo Grande, MS.

Keywords: Tourism. Public Policies. Campo Grande, MS, Brazil.

¹**Daniela Sottili Garcia** - Doutora em Geografia; Bacharel em Turismo. Professora titular do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: danielasottili@hotmail.com

²**Milton Augusto Pasquotto Mariani** – Doutor em Geografia. Professor dos cursos de Graduação e Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: miltimari@terra.com.br

INTRODUÇÃO

Campo Grande, capital do Estado de Mato Grosso do Sul, foi criada em 26 de agosto de 1899, pela lei nº 225. Atualmente, é uma cidade com aproximadamente 789.797 mil habitantes, de acordo com o Censo Demográfico 2010, sendo a cidade mais populosa do Estado. O município possui um alto grau de urbanização, com 776.242 residentes urbanos. A principal economia do município é o comércio, seguido da agropecuária. Nesse sentido, a cidade tem trabalhado no intuito de adicionar o Turismo como uma atividade que venha gerar divisas para o local. Para isso, a cidade tem introduzido alguns atrativos turísticos artificiais e aprimorado outros, naturais. Dessa forma, este artigo faz uma análise de como o Turismo vem sendo trabalhado na cidade.

Em busca de um maior desenvolvimento, a Lei Complementar Nº5, de 22 de novembro de 1995, criou o primeiro Plano Diretor de Campo Grande. O Plano Diretor é uma lei que define as diretrizes, visando a ordenar o crescimento da cidade. Tem como objetivo mais amplo estabelecer parâmetros para o processo de desenvolvimento local a partir da compreensão global dos fenômenos políticos, sociais, econômicos e financeiros, sendo um colaborador nas decisões tomadas pelo poder público, porém não é a solução. Há de se praticá-lo com maior articulação com as políticas públicas Municipal, Estadual e Nacional (Campo Grande, 2012).

No que tange às Políticas Públicas do Turismo, estas podem ser entendidas como o conjunto de estratégias deliberadas, no âmbito do poder público, em busca de alcançar o objetivo geral, que é o desenvolvimento das atividades ligadas direta ou indiretamente ao turismo (Cruz, 2001). A partir do momento em que se decida implantar o Turismo em uma localidade e incorporá-lo ao plano de desenvolvimento de um país, estado ou município, ele deve ser organizado e desenvolvido de acordo com uma estratégia construída sobre fundações sólidas. Essa estratégia deve levar em conta a coordenação dos setores relacionados ao Turismo e a oferta e a demanda para o produto turístico (Cooper, 2001). É bem verdade que o Governo, em qualquer uma das três esferas, está altamente comprometido com o desenvolvimento e a divulgação do Turismo. O que falta é uma política mais integrada, que impulse de fato este segmento, devendo haver ainda uma preocupação de antes desenvolver para, conseqüentemente, divulgar.

O planejamento turístico – visto como o processo para o desenvolvimento do turismo – além da vontade privada depende, também, da política, sendo cada vez mais evidente a necessidade que os governantes e aqueles que estão empenhados no impulso dessa atividade têm de estudar e se aprofundar de forma mais satisfatória para desenvolver o turismo nas localidades, levando-o como uma forma de redistribuição de renda e também como uma indústria de mão-de-obra intensiva. Isso ocorre porque, devido ao *stress* da vida urbana, os turistas tendem a buscar lugares mais pitorescos e sossegados para a prática do lazer, o que faz com que surjam novas oportunidades para se criarem empregos e se incrementar a renda em lugares com fontes alternativas limitadas.

Na segunda alternativa, a da indústria de mão-de-obra intensiva, o Turismo, da mesma forma que a maioria dos serviços pessoais, faz uso de muita mão-de-obra, oferecendo um meio efetivo de geração de oportunidades de novos empregos, embora uma expansão acelerada da atividade possa gerar a sobreposição do subemprego ou emprego informal. No entanto, há muitos países em que existe escassez de mão-de-obra qualificada, sendo frequente vê-los importando-a para trabalhar com o Turismo. O setor turístico também pode ser considerado como uma das áreas em que o ser humano jamais poderá ser substituído em suas ações de

atendimento ao turista, pois este procura desde o contato com novas culturas até as melhores evidências de um tratamento receptivo, como um simples sorriso e um sincero bom dia. A escassez de mão-de-obra qualificada (nesses termos) tem sido uma agravante do desenvolvimento da atividade turística em todas as suas segmentações.

No caso da cidade de Campo Grande, sua construção fez com que o ambiente natural se transformasse rapidamente, ocultando, em certos lugares, formas naturais marcantes. Algumas alterações são visíveis. Por exemplo, onde existiam riachos de águas cristalinas podemos encontrar, atualmente, ruas e avenidas, onde foram realizadas canalizações (Campo Grande, 2012). Campo Grande apresenta uma forte tendência para o setor de agronegócios, que demanda uma série de eventos nesta área e para atender estas necessidades. A cidade possui o centro de convenções Arquiteto Rubens Gil de Camilo, considerado pelo Prêmio Caio de 2002, como o melhor centro de convenções da região Centro-Oeste do Brasil. Também o amplo Parque de Exposições Agropecuário e Industrial confere uma pujança ainda maior para o turismo de eventos na cidade (Fundtur, 2006).

Para que seja apresentado o significado do termo agronegócios, temos que, de acordo com Davis & Goldberg (1957), citado por Neves (1996), que o mesmo se caracteriza na soma “total das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição de produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles” (p.3 apud Souza, 2006).

A seguir são apresentados alguns dados referentes ao Produto Interno Bruto do Agronegócio e sua participação no PIB do Brasil, durante os últimos seis anos. Nota-se que há no agronegócio uma extensa rede de agentes econômicos, envolvendo as atividades agropecuárias (Batalha, 2001). Sendo assim, os dados apresentados se estendem por toda essa rede. Vale ressaltar que o sistema que envolve o agronegócio apresenta-se de forma complexa, ou seja, se torna difícil mensurar ou identificar todos os agentes participantes, o que possibilita que um ou outro integrante não esteja contabilizado nesses números. A Tabela 1 apresenta a importância que o agronegócios representou frente à economia do país nos últimos seis anos.

Tabela 1: Produto Interno Bruto do Agronegócios e Produto Interno Bruto do Brasil 2000-2005

<i>Ano</i>	<i>PIB Brasil (A)</i>	<i>PIB Agronegócios (B)</i>	<i>Participação% de B em A</i>
	1.7		
2000	31.575	466.196	26,92
	1.7		
2001	54.304	474.340	27,04
	1.7		
2002	88.106	516.118	28,86
	1.7		
2003	97.850	549.847	30,58
	1.8		
2004	85.945	563.893	29,90
	1.9		
2005	29.322	537.628	27,86

Fonte: CEPEA/USP, 2006, adaptado por SOUZA (2006).

A partir da tabela, se pode notar que a maior participação absoluta do PIB do Agronegócio no PIB Nacional se deu em 2004, entretanto, o maior percentual de participação pode ser

verificado no ano de 2003, ano em que a economia no campo teve um crescimento de 6,5% em relação a 2002, com os recordes de produção. Enquanto isso, o crescimento do PIB do Brasil, no mesmo período, foi de 0,5%. As constantes crises ocorridas no campo, como o baixo preço de venda da soja e alto preço de insumos na agricultura e a febre aftosa, ocorridas na pecuária, dificultaram o crescimento do setor no último ano, apresentando uma queda de 4,6% em relação a 2004.

As mudanças urbanas invadem e provocam invasões, nem sempre benéficas aos interesses das políticas turísticas; é feita com base em uma construção hierárquica de valores, com o intuito de auxiliar o desenvolvimento das atividades turísticas. Não se pode, porém, atribuir os problemas urbanos somente à política urbana, pois ela depende da política econômica e seu sucesso depende também do bom relacionamento com outras políticas setoriais.

A atividade turística deve ser considerada na atualidade como um dos fatores mais importantes para se associar o mundo ao lugar, o global ao local. Global porque as peculiaridades locais emergiram desse global. A globalização econômica passou a valorizar as diferenças de cada lugar, tornando essa diferenciação um atrativo para o capital. E o lugar, entende-se como sendo o resultado de várias relações que vêm somar as particularidades (políticas, econômicas, sociais, culturais, ambientais...) às demandas do global que o atravessa. Isso só vem confirmar que os lugares conduzidos pela urbanização turística entram rapidamente para o fluxo de informações, bens e pessoas, e se insere no movimento global (Serrano, 2000).

No turismo apresenta-se a necessidade de sempre ofertar novos produtos e inovar com qualidade. A diversidade das cidades permite um leque muito grande na oferta de produtos turísticos:

[...] a competência turística de uma localidade é vista atualmente a partir não somente de seus atrativos e potencialidades, mas, sobretudo, de sua capacidade de seduzir e, principalmente, agradar uma clientela cada dia mais exigente e sedenta de novidades. Assim, sempre que se diversifica a oferta recreativa dos lugares turísticos, cria-se a expectativa do reconhecimento dos esforços empreendidos e a aquisição de viagens a eles destinadas (Portuguez, 2001, p. 80).

O produto cidade deve ser desenvolvido em resposta às necessidades da demanda e compreender o papel do visitante é papel do receptor; é este que, por sua vez, precisa entender melhor seu cliente para surpreendê-lo, ao invés de ser surpreendido, e atender com qualidade, buscando a satisfação plena do turista.

A atividade turística é bastante recente, embora como atividade econômica tenha se desenvolvido rapidamente nos últimos anos (Lemos, 2001). Para que o turismo venha a se desenvolver em um município de forma sustentável, gerando divisas para a localidade, é necessária uma maior articulação dos governos, nos três níveis, de maneira que seus encaminhamentos mostrem um mesmo sentido, tornando-se assim secundárias as diferenças partidárias e assumindo o desenvolvimento econômico, social e cultural da cidade como importante meta governamental.

Entende-se não ser possível utilizar um modelo único de desenvolvimento do Turismo para todo um país, ou mesmo para regiões diferentes. Planos estaduais e municipais são de suma importância para trabalhar com cada especificidade do lugar – denominado destino turístico. O Turismo gera impactos na economia e na sociedade de um país e aponta várias questões a

serem consideradas no que diz respeito aos impactos culturais, ambientais e sociais, que requerem uma avaliação bastante cuidadosa.

Já em relação ao meio ambiente, a atividade turística pode e deve contribuir de forma decisiva para a proteção da natureza (Lemos, 2001). E no que versa sobre a questão social, o Turismo tem que caminhar principalmente sobre o princípio de satisfazer a sociedade, no sentido de ter uma cidade bem planejada para atender as necessidades ambientais, econômicas, ecológicas e culturais de sua comunidade que conseqüentemente refletiram na satisfação de seus visitantes.

Para o desenvolvimento do Turismo, em todos os níveis, é interessante que seus objetivos sejam discutidos entre o governo e os parceiros do setor privado, pois, assim, o primeiro viabiliza condições para o segundo implantá-las. Por ser o Turismo reconhecido como atividade voltada para o mercado, o setor privado cada vez mais espera participar da formulação dessa política. Dessa forma, o papel do governo é de cada vez mais, dar aprovação política para que o desenvolvimento dos objetivos tome uma direção adequada.

Para um planejamento turístico ideal, entende-se como ponto de partida a identificação cuidadosa das metas possíveis e de como atingi-las, considerando, no caso dos países em desenvolvimento, questões primordiais como: a escassez de recursos e a necessidade de desenvolver a oferta e a demanda paralelamente.

AS TRANSFORMAÇÕES NA CIDADE A PARTIR DO TURISMO

A localidade que visa ao Turismo para seu desenvolvimento, precisa definir claramente qual será o seu produto principal a ser formatado. Baseado nesse critério, pode-se iniciar seu plano de marketing, pois o sucesso deste depende essencialmente da segmentação que tal relacionar oferta e demanda de acordo com as características de mercado.

O governo municipal é responsável pelo produto – destino turístico como um todo, independente da segmentação turística escolhida, devendo este oferecer o ambiente e o cenário que garantem a satisfação e o divertimento, transformando o sonho em realidade e oferecendo o apelo espetacular da viagem (Lickorish, 2000). Dessa maneira, tornou-se evidente as alterações ocorridas na cidade de Campo Grande em resposta a uma demanda de transformar esta cidade mais atraente do ponto de vista da atividade turística.

Com uma população de pouco mais de dois milhões de habitantes e uma população indígena de cerca de 60 mil índios (IBGE 2000), Mato Grosso do Sul possui sua economia predominantemente voltada para a produção de *commodities* como a soja e carne bovina. Recentemente, a atividade turística vem recebendo uma maior atenção por parte das políticas públicas de desenvolvimento. Desmembrado do Estado do Mato Grosso em 11 de outubro de 1977, o Estado possui uma área de 357 mil km² e está localizado em uma região estratégica no país, entre uma das principais forças econômicas do país, o estado de São Paulo, e países como Bolívia e Paraguai (Fundtur, 2006).

O Estado de Mato Grosso do Sul vem realizando suas atividades de planejamento turístico em três polos, localizados em diferentes regiões do Estado. Trata-se da região da capital do Estado, Campo Grande, que tem no turismo de eventos e turismo de negócios duas das suas principais vocações turísticas; a região da Serra da Bodoquena, que engloba municípios como Bonito, Jardim e Bodoquena, e exploram suas vocações para o turismo em áreas naturais;

além da região do Pantanal sul-mato-grossense, integrada pelos municípios de Corumbá, Ladário, Miranda, Aquidauana e Porto Murtinho, tendo como principais atrativos as atividades de pesca e contemplação histórico-cultural.

De acordo com a FUNDTUR, em 2007, o Estado teve um fluxo de passageiros de 6.813.857, com uma permanência média de 2,81 dias. Entende-se que Mato Grosso do Sul tem um fluxo de turistas ainda muito tímido se comparado a outros estados do Brasil, pois, os números indicam que ele captou apenas 1,10% dos turistas que chegaram ao Brasil. As cidades que mais recebem turistas são Bonito, Campo Grande e Corumbá. Em Campo Grande, 54,55% dos visitantes são turistas de negócios; dos que visitam Bonito, 72% são turistas que vão ao município exclusivamente por lazer; e, em Corumbá, 53,2% são turistas de negócios. Essas estatísticas da FUNDTUR comprovam o mencionado anteriormente, sobre a potencialidade que Campo Grande possui para o agronegócio.

Vários atrativos turísticos foram criados/modelados para receber a atividade turística na capital do Estado de Mato Grosso do Sul. Entre eles destacam-se:

- A Casa do Artesão na Avenida Afonso Pena, esquina com a Calógeras, local onde são comercializados artesanatos com expressões do Pantanal, tornando-se um importante ponto de referência turística do Estado de Mato Grosso do Sul.

Imagem 1: Casa do Artesão



Fonte: Daniela Sottili Garcia, 2003.

- O Mercado Municipal Antônio Valenti, situado a uma quadra da avenida Afonso Pena, onde também são comercializados artesanatos com expressões do Pantanal, porém, além disso, comercializam-se no 'Mercadão' quase que todos os objetos e alimentos utilizados por pantaneiros. Esse atrativo turístico, apesar de bastante visitado pelos turistas, não possui coleta de dados referente aos seus visitantes.

Imagem 2 - Mercado Municipal “Antônio Valenti”.



Fonte: Daniela Sottili Garcia, 2003.

- O Museu José Antonio Pereira, localizado na avenida Guaicurus, gerido pela Prefeitura Municipal de Campo Grande, em homenagem ao fundador da cidade. No pátio do Museu há uma escultura em pedra granito que retrata Antonio Luiz Pereira, filho do fundador da cidade, e sua mulher Anna Luiza e a filha Carlinda, que fez doação da morada construída pela família, por volta de 1880, na fazenda Bálamo (Prefeitura Municipal de Campo Grande).

- O Parque das Nações Indígenas, maior Parque Urbano do Mundo. A avenida finaliza no Parque das Nações Indígenas, remetendo aos seus visitantes, direta ou indiretamente, a imagem do Pantanal. O parque foi implantado em 1994, na área compreendida entre o Shopping e o Parque dos Poderes, uma grande obra que entre outros atrativos, já abriga o Museu de Arte Contemporânea e alguns restaurantes. Na implantação de seu projeto final, abrigará o Museu do Índio, de Antropologia e Concha Acústica, entre outros elementos de cultura e lazer (Sottili, 2005).

Imagem 3 - Parque nas Nações Indígenas.



Fonte: Daniela Sottili Garcia, 2003.

- A Morada dos Baís, localizada na avenida Afonso Pena. Dentro deste atrativo, está localizado um dos Centros de Informações Turísticas.

Imagem 4 - Morada dos Baís.

Fonte: Daniela Sottili Garcia, 2003.

- A Feira Central, é um grande atrativo turístico da cidade. Nela são comercializados hortifrutigranjeiros e também produtos e alimentos típicos do Estado, como o Sobá, que tem como base um macarrão feito artesanalmente e um caldo especial, o que obriga a que seja servido em uma cumbuca. O prato ainda leva omelete cortado em tirinhas, um bocado de cebolinha e carne de porco bem frita. Na verdade, o Sobá é um prato de Okinawa, departamento do Japão. Como a maioria dos japoneses que habitam Campo Grande é originária desta ilha-continente, o Sobá veio naturalmente junto. Este prato é tão relevante na culinária de Campo Grande que inclusive ganhou um Festival, já em sua terceira edição, para sua divulgação. A Feira acontece na antiga Estação Ferroviária que foi revitalizada e recebeu uma estrutura própria para a comercialização dos hortifrutigranjeiros e dos alimentos.

Imagem 5: Feira Central de Campo Grande

Fonte: Disponível em <<http://www.feiracentralcg.com.br>>

Considerando-se a função do Turismo em qualquer destino, há várias áreas da política que devem ser avaliadas e à medida que a atividade se desenvolve, decorrem impactos tanto econômicos como culturais e sociais, sendo que estes dois últimos não acompanham a rapidez

do primeiro, tornando difícil de correlacioná-los. Antes do processo de planejamento do Turismo, é necessária coordenação entre os setores público e privado, com o reordenamento das diretrizes políticas a serem tomadas. É importante que o planejamento não ocorra sem essas diretrizes, considerando-se que as políticas precedem ao planejamento.

O mercado não pode ser o único responsável pelo sucesso ou fracasso do Turismo. Os governos também precisam estar cientes de suas responsabilidades de forma a possibilitar debates ente ambos, para um melhor desenvolvimento do setor (Lickorish, 2000). O mercado do Turismo, sendo relativamente livre, cresceu rapidamente e refletiu na globalização. Houve com isso, uma considerável evolução nos transportes, que ficaram mais eficientes, seguros e velozes. Com a mesma intensidade, houve a evolução do setor de hospedagem, gastronomia e agências de viagens. O desenvolvimento nestes setores também aconteceu na cidade de Campo Grande, conforme analisado a seguir.

ENCAMINHAMENTOS

Para o exercício efetivo de uma proposta de política pública para a atividade turística em área urbana, se faz necessário o estabelecimento de diretrizes que se espelhem em ações e instrumentos que permitam atingir condições que assegurem o uso e a sustentabilidade dos recursos naturais e culturais para o desenvolvimento do turismo sustentável. Da análise da situação atual da atividade turística na área urbana de Campo Grande, dos problemas identificados, das consultas efetuadas a especialistas do governo de Mato Grosso do Sul, extraíram-se diretrizes e ações prioritárias, necessárias à viabilização de uma política de Turismo centrada no planejamento da capital do Estado de Mato Grosso do Sul.

Trata-se, portanto de uma contribuição no sentido de sistematizar um conjunto de diretrizes e ações prioritárias que objetivam possibilitar uma melhor gestão da atividade. A proposta parte do pressuposto segundo o qual somente com a conscientização e a participação ativa dos atores-chave, é que se garantirá os meios para se promover o uso e a conservação dos recursos turísticos da área urbana. Nesse sentido, uma política de Turismo em área urbana deverá buscar desenvolver uma compreensão integrada do patrimônio ambiental e cultural em suas múltiplas e complexas relações, envolvendo aspectos ecológicos, psicológicos, legais, políticos, sociais, econômicos, científicos, culturais e éticos, garantir a democratização das informações, e incentivar a participação individual e coletiva, permanente e responsável, na preservação do equilíbrio do patrimônio ambiental e cultural, entendendo-se a defesa da qualidade ambiental como um valor inseparável do exercício da cidadania.

Foram delineadas seis diretrizes definidas como prioritárias, que estarão acompanhadas dos respectivos desdobramentos em ações consideradas estratégicas. Entretanto, tais ações não esgotam as possibilidades ensejadas pelas referidas estratégias. As propostas de ações estratégicas identificadas por diretriz prioritária são:

Diretriz 1: Aumentar a consciência da população no que se refere à qualidade do patrimônio histórico-cultural. Aumentar a consciência da população no que se refere à qualidade do patrimônio e a sua conservação é um fator relevante de uma política de Turismo em áreas urbanas, devido à importância da conservação para o desenvolvimento do turismo. Esta educação constitui-se num processo contínuo e deverá acontecer de forma organizada, recorrendo à utilização de métodos e técnicas que permitam atingir o maior número possível da comunidade. As principais técnicas de aumento de consciência da comunidade local em

relação ao turismo sustentável, segundo o Manual de Municipalização do Turismo do Programa Nacional de Municipalização do Turismo são: (i) emissões radiofônicas regulares que expliquem as atividades do Turismo, bem como alguns conceitos básicos. O rádio é frequentemente a melhor forma de atingir maior número possível de pessoas em áreas tradicionais de Turismo; (ii) folhetos ou brochuras concebidos para uma larga distribuição, que descrevam o Turismo e o meio ambiente; (iii) instruções sobre o Turismo e o patrimônio natural e cultural no sistema escolar como parte dos conteúdos programáticos das disciplinas do ensino fundamental e médio; (iv) reuniões na comunidade entre os representantes do Turismo e a população, para definição da vocação turística da localidade; e (v) seminários ou conferências públicas sobre os aspectos do Turismo e do patrimônio natural e cultural.

Diretriz 2: Considerar os impactos ambientais e socioeconômicos das atividades do Turismo em áreas urbanas de modo a evitar, ou reduzir tanto quanto possível, os efeitos negativos, reforçando os positivos. Embora os impactos ambientais não tenham sido considerados durante o surgimento da atividade do Turismo na área urbana de Campo Grande, é necessário supervisionar e gerir esses impactos para assegurar que não ocasionem problemas devido ao rápido desenvolvimento do turismo dentro de um espaço modificado constantemente pelo homem. Dependendo das características das localidades, podem também existir outros tipos de fatores, impactos e medidas. Por exemplo, é imprescindível desenvolver com urgência sistemas adequados de saneamento básico de modo a evitar a poluição das águas.

Por outro lado, a fragilidade identificada na organização e planejamento do Turismo em Campo Grande está no Sistema de Licenciamento Ambiental Municipal, que não demonstra eficiência na fiscalização e monitoramento das atividades turísticas. O licenciamento ambiental, atividade do poder público, é cada vez mais exigido em prol de uma atuação eficiente de controle e gestão do patrimônio ambiental e cultural. Para isso, no entanto, é preciso que sejam superadas as dificuldades de escassez de recursos e pessoal. O grande problema dos órgãos licenciadores é a capacidade para executar o licenciamento, uma vez que o processo de licenciamento não termina com a concessão da licença a um empreendimento. A necessidade do acompanhamento dos projetos licenciados para verificação da adoção das medidas especificadas durante o processo de licenciamento e verificação da veracidade das informações prestadas nos estudos de impacto ambiental é indispensável. Em um contexto em que há escassez de recursos e de pessoal, torna-se uma tarefa impossível realizar um acompanhamento de atividades com o mínimo de qualidade possível.

Diretriz 3: Promover as culturas locais visando a promoção de benefícios e oportunidades para as comunidades locais. O turismo é por vezes criticado devido aos problemas sociais e culturais que provoca, especialmente em comunidades menores e tradicionais. Apesar de o turismo causar alguns impactos negativos, tem de se reconhecer que todos os tipos de novos projetos e políticas trazem consequências, incluindo a exposição às influências externas tais como os meios de comunicação modernos, como jornais, revistas, rádio e televisão.

O turismo é normalmente um dos tipos de desenvolvimento e de influência externa sobre uma localidade. Além do stress provocado pela atividade, os impactos sociais e culturais resultam de diferenças sociais e econômicas entre os visitados e os visitantes. Os impactos também podem derivar das diferenças culturais substanciais entre os visitados e os visitantes. É necessário formar a comunidade local para que trabalhem eficazmente em todos os níveis do turismo. Isto significa um melhor nível de emprego e renda para os habitantes locais e, através de ações de formação, oferecer melhor qualidade de serviços turísticos que elevará a uma maior satisfação por parte dos visitantes. Os benefícios socioeconômicos incluem benefícios

econômicos, conservação da herança cultural da área, renovação do orgulho cultural e intercâmbio cultural entre os turistas e os moradores.

Os impactos sociais são aqueles que afetam a sociedade em áreas diferentes da cultural; os impactos culturais são os que trazem consequências para as tradições e manifestações culturais específicas; os impactos econômicos são os que influenciam o nível econômico da sociedade. Todos esses impactos estão frequentemente interligados. No que diz respeito à conservação da cultura, deverá ser também estratégia prioritária para uma política de turismo urbano considerar meios para preservar os aspectos específicos da herança cultural das localidades do processo de ocupação e povoamento de Campo Grande - MS.

Os princípios básicos do desenvolvimento do turismo sustentável consistem em gerir os recursos naturais e humanos de modo a proporcionar o máximo prazer ao visitante e a tirar o maior número possível de benefícios no nível local, minimizando simultaneamente os impactos negativos para a região e população local. As populações locais têm o direito de manter a sua herança cultural e assegurar que o turismo não tenha efeito negativo sobre ela. O turismo deve respeitar os direitos e desejos dos povos locais e prover a oportunidade para que amplos setores da população contribuam nas decisões e nas consultas sobre o planejamento e a administração do turismo. O conhecimento e a experiência das populações locais em manejo sustentável dos recursos podem trazer uma grande contribuição para o turismo sustentável. O turismo deve respeitar e valorizar o conhecimento e as experiências locais, buscando maximizar os benefícios e promovendo o recrutamento, treinamento e emprego de pessoas do lugar.

Diretriz 4: Formar bases de informações e disseminar o conhecimento na esfera local. Uma política de turismo sustentável requer a criação e manutenção de um sistema de informações das atividades desenvolvidas pela atividade. Tal sistema constituirá uma base de dados para vendas, desenvolvimento e supervisão da atividade. A supervisão será a chave do programa eficiente em todos os aspectos do segmento da atividade. Para supervisionar e gerir a atividade do Turismo, é imprescindível saber como maximizar as oportunidades e minimizar os problemas de um modo sistemático e lógico.

Muitas áreas onde o Turismo se desenvolve dispõem de um sistema de gestão que não foi planejado desde o início ou o planejamento não foi implementado, e o resultado é um desenvolvimento descontrolado. Será importante educar a população local acerca dos benefícios e problemas causados pela atividade do turismo, através de programas de divulgação e também informar aos turistas acerca dos costumes locais, dos padrões de comportamento, sensibilizando-os a respeitar o ambiente e a sociedade local.

Para a implementação de uma política desta natureza será essencial estabelecer um sistema de informações das atividades desenvolvidas pelo Turismo da bacia em questão. Esse sistema não exige que seja efetuado com os recursos da informatização, mas a tecnologia torna a tarefa de manter as informações atualizadas mais ágeis e de melhor visualização e manuseio. O que deverá ser registrado num Sistema de Informações de Turismo consiste de: (i) chegadas de turistas: de onde vem e porque razões visitam a área; (ii) alojamentos: oferta, tipos, localização e níveis de ocupação; (iii) receitas: quanto e onde gastam os turistas o dinheiro na sua área; e (iv) atrações e outras instalações: nível e padrão de visitas.

Diretriz 5: Supervisionar os projetos de desenvolvimento do turismo existentes, em andamento e a serem implantados no município e no Estado. Será necessário uma supervisão dos projetos de desenvolvimento do turismo existentes, em andamento e a serem implantados na bacia, pois, permitirá mensurar a eficiência dos mesmos e também detectar quaisquer problemas a tempo de torná-los reversíveis. A supervisão deverá ser utilizada para verificar se os projetos são adequados para atingir os objetivos de desenvolvimento.

Se for verificado que alguns métodos não são eficazes, eles poderão ser ajustados ao longo da implantação do programa. O planejamento e desenvolvimento eficientes da atividade do Turismo requerem o estudo de vários métodos de modo a se determinar qual deles é o mais apropriado para cada localidades da bacia. Quer a atividade do Turismo seja cuidadosamente planejada ou que tenha ocorrido naturalmente, existe o perigo de atingir a capacidade de suporte dos ambientes natural e social e das infraestruturas. Ocorrendo a saturação diminui a qualidade do produto turístico, com os consequentes impactos para o ambiente natural e cultural. Na medida em que a qualidade diminui, será desenvolvido um tipo indesejável de turismo.

Poderão ser efetuados estudos com o objetivo de determinar os elementos do ambiente próximos a saturação e a forma pela qual pode-se aumentar a capacidade de absorção. Algumas das técnicas que poderão ser implementadas localmente são: (i) aumentar e/ou implantar a capacidade dos serviços públicos, tais como o fornecimento de água, os sistemas de esgotos e saneamento de resíduos sólidos e líquidos, bem como as telecomunicações; (ii) aumentar e/ou implantar os serviços de transportes e infraestrutura; (iii) projetar os atrativos e instalações turísticas, adequando-os a paisagem local e levando em consideração o espaço de modo que não fique congestionado; e (iv) sensibilizar os visitantes de modo a modificar o comportamento dos mesmos nas localidades visitadas.

Diretriz 6: Promover a educação e a informação adequadas aos profissionais do segmento do turismo. A educação e a informação adequadas dadas aos profissionais do segmento do turismo da bacia serão essenciais para o sucesso e eficácia da construção do turismo sustentável. Os responsáveis governamentais pelo Turismo precisarão compreender o que representa a política de turismo, as técnicas de planejamento e vendas, a identificação dos projetos, a análise de viabilidade, as estatísticas, a gestão de sistemas de informações, as análises de impacto ambiental, social e econômico, o estabelecimento e administração de instalações turísticas, as normas de serviços, os serviços de informações para turistas, bem como outros assuntos.

A mão-de-obra envolvida com a atividade do Turismo em área urbana deverá ter noções acerca de funcionamento de hotéis, serviços de agências e operadoras. Por exemplo, para trabalhar em alguma categoria de hospedagem, será necessário ter formação na área de produção de refeições (cozinha) e bebidas regionais, bem como de serviços de camareiras, recepção de turistas e manutenção de edifícios e terrenos. Além da formação profissional, a mão-de-obra que trabalha com a atividade do Turismo na bacia, especialmente aquelas que têm um contato direto com os turistas, será indispensável ter noções de relações públicas e da forma de resolver conflitos.

Deverão também dispor de conhecimentos técnicos sobre o meio urbano, o processo histórico e cultural de modo a responder às perguntas dos turistas sempre que tal lhes seja solicitado. Também será importante ter o conhecimento de línguas estrangeiras para poder comunicar-se com turistas oriundos de outros países. A proposta para a implantação de uma política de

turismo sustentável, preocupada com as questões urbanas, terá um papel fundamental no desenvolvimento equilibrado da atividade do turismo, revertendo na medida do possível os impactos ambientais causados na implantação e desenvolvimento destas atividades.

Para que isso aconteça de forma integrada com o planejamento pensado pelo poder público será importante que esta política aumente a consciência da população no que se refere à qualidade do ambiente e a sua conservação, considere os impactos ambientais e socioeconômicos das atividades do Turismo na região de modo a evitar, ou reduzir tanto quanto possível, os efeitos negativos, reforçando os positivos, promova as culturas locais visando a promoção de benefícios e oportunidades para as comunidades locais, forme bases de informações e disseminar o conhecimento na bacia, supervisione os projetos de desenvolvimento do turismo existentes, em andamento e a serem implantados, e promova a educação e a informação adequadas aos profissionais do segmento do turismo.

Para a obtenção do sucesso na implantação de um turismo será imprescindível colaborar com as comunidades envolvidas, para integrar a melhoria das suas condições de vida com o desenvolvimento do turismo sustentável. Os poderes públicos e privados deverão consultar as comunidades afetadas e inseri-las através de representações no processo de planejamento da atividade e na tomada de decisões, reconhecendo as suas necessidades e anseios, de modo a integrá-las nos Planos e Projetos a serem desenvolvidos no Estado e Município.

Um dos pontos fortes do conceito de Turismo em áreas urbanas é que ele é um modo eficaz para o desenvolvimento social e econômico das regiões. No entanto, a realidade mostra que esse argumento tem muito de teórico e poucos dos benefícios esperados são trazidos, o que conduz a numerosos problemas, nomeadamente a degradação dos recursos naturais, desvirtuamento da cultura local e estrangulamentos econômicos. Espera-se que, a partir de um planejamento bem situado, os órgãos e entidades responsáveis pelo planejamento turístico de Campo Grande possam disponibilizar maior atenção aos aspectos que orientam as práticas turísticas. A importância desse segmento na atividade econômica municipal necessita de uma análise ampla da sua cadeia produtiva, visando o desenvolvimento de diversos setores da economia urbana.

REFERÊNCIAS

- Batalha, M.O. (2001). Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições e correntes metodológicas. In: Batalha, M. O. *Gestão Agroindustrial*. São Paulo: Atlas.
- Cooper, Chris. (2001). *Turismo: Princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman.
- Cruz, R.de C. (2001a.). *Introdução à geografia do turismo*. São Paulo: Roca.
- Cruz, R.de C. (2001b). *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- Fundtur, Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul. (2006). *Regiões turísticas*. Campo Grande.
- Lemos, A.I.G. (2001). *Turismo: impactos sócio ambientais*. São Paulo: Hucitec.
- Lickorish, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus.

Portuguez, A.P. (2001). *Consumo e espaço: turismo, lazer e outros temas*. São Paulo: Rocca.

Campo Grande. (2012) *Perfil Sócio-econômico de Campo Grande [2012]* Ver. Campo Grande MS.

Serrano, C.M. (2000). *Olhares contemporâneos sobre o Turismo*. Campinas/SP: Papirus.

Sottili, D. (2005). *O imaginário do Pantanal no espaço urbano de Campo Grande*. Campo Grande: UFMS.

Souza, M.C. (2006). *Planejamento turístico e produção agroalimentar: um estudo das práticas alimentares dos turistas*. Campo Grande: UFMS.