

## ÁGUA E TURISMO NA BACIA DO RIO FORMOSO EM BONITO-MS: PERCEÇÃO DOS TURISTAS

SILVA, Priscila Vargas da<sup>1</sup>; PIROLI, Edson Luis<sup>2</sup>; PINTO, André Luiz<sup>3</sup>

### Resumo

Em diversos destinos turísticos os recursos hídricos são os principais elementos de potencialidade e atração turística. A prática do turismo utilizando a água como atrativo, atribui valor à qualidade da água, já que para que o turismo aconteça, esta deve apresentar características que exerçam o poder de atração e de satisfação do turista. A bacia do rio Formoso é a principal bacia hidrográfica do município de Bonito-MS e grande parte dos atrativos turísticos do município estão relacionados à água e nela inseridos. O presente artigo buscou analisar a percepção dos turistas após o contato com a água, visando compreender a importância da água para a atividade turística a partir da visão dos turistas, na bacia do rio Formoso. A pesquisa foi desenvolvida a partir da revisão bibliográfica, aplicação e análise de entrevistas com os turistas. Na avaliação dos resultados constatou-se que a água exerce poder de atração e que a transparência da água é um dos principais atrativos de Bonito.

**Palavras-chave:** Percepção, Turismo, Turista, Atrativo Turístico e Água

## AGUA Y TURISMO EN CUENCA DEL RÍO FORMOSO EN BONITO-MS: PERCEPCIÓN DEL TURISTA

### Resumen

En diversos destinos turísticos los recursos hídricos son los principales elementos de potencialidad y de atracción turística. La práctica del turismo utilizando el agua como atractivo, asigna valor a la calidad del agua, ya que para que el turismo suceda, ésta debe presentar características que ejerzan el poder de atracción y la satisfacción del turista. La cuenca del río Formoso es la principal cuenca del río en el municipio de Bonito-MS y gran parte de las atracciones turísticas de la ciudad están relacionados con el agua y contenidas en la misma. Este artículo tiene como objetivo analizar la percepción de los turistas después del contacto con el agua, para entender la importancia del agua para el turismo desde la perspectiva de los turistas en la cuenca del río Formoso. La investigación se desarrolló a partir de la revisión bibliográfica, la aplicación y el análisis de las entrevistas con los turistas. En la evaluación de los resultados se encontró que el agua ejerce el poder de atracción y que la transparencia del agua es uno de los principales atractivos de Bonito.

**Palabras clave:** Percepción, Turismo, Turista, Atrativo turístico y Agua

## WATER AND TOURISM IN THE FORMOSO RIVER BASIN IN BONITO-MS: TOURIST PERCEPTION

### Abstract

In many tourist destinations, the water resources are considered the most relevant element of tourist attraction. Water tourism gives value to water quality, since the water must have characteristics that can attract and satisfy tourists. Formoso River Basin is the most important watershed of Bonito-MS and most of the city's tourist attractions are related to water. This paper aimed to analyze the tourists' perception after their contact with water in order to understand its importance to the tourism in Formoso basin. The study was developed through literature review, interviews with tourists and data analysis. The results showed up that water truly exerts power of attraction and its transparency is one of the most important attractions of Bonito.

**Keywords:** Perception, Tourism, Tourist, Tourist Attractions, Water

<sup>1</sup> Docente da UFMS/Campus de Bonito. E-mail: prisilvatur@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Geografia da FCT/UNESP. E-mail: epiroli@gmail.com.

<sup>3</sup> Docente da UFMS/Campus de Três Lagoas. E-mail: andre.pinto@ufms.br.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo se utiliza da natureza e da cultura como matéria-prima e elemento de atração turística. Vale ressaltar que, em diversos destinos turísticos, os recursos hídricos são os principais elementos de potencialidade e atração turística.

A prática do turismo utilizando a água como atrativo, atribui valor à qualidade da água, já que para que o turismo aconteça, a água deve apresentar características que exerçam o poder de atração e de satisfação do turista, além de características físico-químicas compatíveis às normas estabelecidas ao uso turístico.

De forma geral, nas últimas décadas, as bacias hidrográficas têm sido utilizadas como unidades de estudo e planejamento, tendo em vista a facilidade de interação da paisagem visível do meio biofísico, que engloba os subsistemas natural e construído, com os agentes sócio-organizacionais, subsistemas socioeconômico e produtivo, que modelam a paisagem ao longo da história e nelas deixam suas marcas. Dentre estas está a atividade turística.

Assim, a bacia hidrográfica pode ser considerada uma boa unidade de estudo quando se trata da qualidade ambiental e sustentabilidade da atividade turística, sobretudo quando esta depende do patrimônio ambiental para continuar existindo. A bacia do rio Formoso, localizada no estado do Mato Grosso do Sul, abrange área de 1.349,05 km<sup>2</sup>, correndo da Serra da Bodoquena à Depressão do rio Miranda. Constitui um sistema hidrológico peculiar, associado com rochas calcárias e dolomíticas, que formam incluindo rios superficiais, subterrâneos, sumidouros de água e ressurgências. É subdividida em três sub-bacias: Rio Formoso, Complexo Anhumas Taquaral e Rio Mimoso.

A bacia do rio Formoso-BRF é a principal bacia hidrográfica do município de Bonito e grande parte de seus atrativos turísticos estão nela inseridos.

O município de Bonito está localizado no sudoeste do Estado de Mato Grosso do Sul, especificamente na Microrregião Geográfica denominada Bodoquena. Sua extensão territorial é de 4.934 quilômetros quadrados, o que corresponde, aproximadamente, a 1,40% da área total do Estado.

Vargas (1998) ressalta que o município de Bonito pertence à bacia hidrográfica do Alto Paraguai, sub-bacia do Miranda e Aquidauana (tendo como principais rios o Miranda e Formoso), mas há no município outros rios que se destacam como o Bacuri, o Peixe, o Perdido, o Chapena e o Prata.

Em todo o mundo os ambientes naturais, sobretudo os ambientes cársticos, devido suas belezas cênicas e águas translúcidas, exercem grande atratividade turística. Os rios da

BRF estão inseridos em um ambiente cárstico e apresentam impressionante beleza cênica, em razão das águas cristalinas e da diversidade e quantidade de peixes, o que tem atraído turistas de diversas regiões do Brasil e do mundo. Estas características singulares fazem com que Bonito seja conhecido como a capital do Ecoturismo. A principal atratividade para as atividades turísticas no município é a água. Estes aspectos fizeram com que a bacia do rio Formoso fosse definida como recorte espacial para esta pesquisa.

Acredita-se que a água cristalina é o principal fator de atração e satisfação nos passeios turísticos da Bacia do Rio Formoso - BRF de Bonito-MS. Os turistas criam uma expectativa sobre as atividades turísticas da BRF e essa expectativa está diretamente associada a água cristalina tornando a qualidade físico-química e estética das águas da BRF ainda mais importantes para o turismo.

Dos elementos naturais, a água é um dos recursos que mais atrai os turistas, pela diversidade de práticas possíveis de turismo de aventura e ecoturismo. Assim, pode-se considerar que o homem constrói a ideia de natureza baseado na evolução histórica da sociedade. Neste contexto, o turismo de natureza é muito influenciado por essa ideia de natureza vigente, pois é a partir dela que o homem se relaciona com esta natureza. Desta forma, para o turismo é fundamental compreender qual é a natureza que é atrativa para os turistas e como se dá esse juízo de valor estético e as formas de interação com esses ambientes naturais. A água está presente nas paisagens turísticas dos principais destinos turísticos em áreas naturais e exerce um poder de atração muito forte. Por isso, é fundamental compreender a importância dos recursos hídricos como elemento da paisagem e as suas formas de apropriação e valorização.

Desde a revolução industrial, período este que as formas de produção, de organização social e produtiva foram alteradas, a água exerce um poder de atração, iniciando pela busca do litoral para a prática de atividades de lazer e saúde e atualmente, buscando destinos de água doce também. Após a revolução industrial a ideia de lazer se constitui como uma necessidade humana, isso impulsionou a organização dos destinos para o lazer e o turismo.

A partir deste contexto, o presente artigo busca discutir a importância da água para o turismo na bacia do rio Formoso, a partir da visão dos turistas.

Esse artigo é parte de uma tese de doutorado defendida em julho de 2015 no programa de pós-graduação em Geografia da UNESP-Presidente Prudente. Para realização da pesquisa foi desenvolvida revisão bibliográfica e elaboração, aplicação e análise de entrevistas com os turistas. As entrevistas com os turistas foi realizada em novembro e

dezembro de 2014, onde o objetivo foi compreender a percepção dos turistas acerca de diversas questões colocadas no trabalho.

## 2. Turismo de Natureza

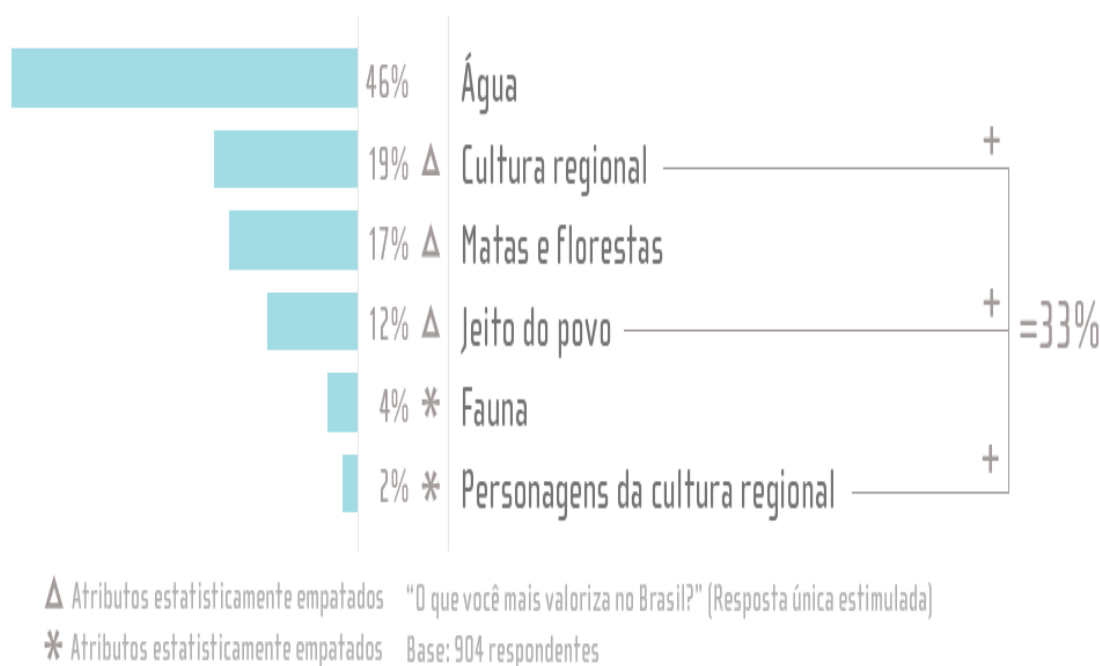
Para analisar a percepção dos turistas sobre a importância da água para o turismo na bacia do rio Formoso é fundamental fazer alguns apontamentos sobre turismo de natureza e ecoturismo e alguns dados importantes levantados numa pesquisa realizada em 2010 pela Associação Brasileira de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), que entrevistou 914 pessoas que são potenciais turistas de natureza em quatro capitais brasileiras consideradas como polos emissores de turismo de natureza (Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba). O objetivo da pesquisa foi identificar o perfil dos turistas de natureza e diagnosticar suas expectativas e necessidades. Nessa pesquisa, alguns resultados interessantes foram obtidos referentes ao contato dos turistas com a água.

Uma das questões que a ABETA buscou responder foi qual aspecto os turistas mais valorizam na natureza no Brasil e a Figura 1 ilustra que 46% dos entrevistados da pesquisa da ABETA (2010) buscam a água nas suas viagens, 17% as matas e florestas e 4% a fauna, somando todos essa demanda percebe-se que 67% dos pesquisados buscam a natureza e a água se destaca nesse contexto. Essa constatação reforça a importância da água para o turismo de Bonito.

De alguma forma os turistas de natureza no Brasil associam a ideia de natureza com a água, reforçando a importância desta tese, uma vez que se busca compreender essa relação do turista com a água, considerando a água como um elemento da paisagem.

Outra questão relevante é que a maioria dos destinos de ecoturismo e de turismo de natureza estão associados aos recursos hídricos. Muitos turistas buscam atividades de aventura, de descanso, de contemplação da natureza e um componente essencial para a existência de atratividade do lugar é a qualidade e quantidade de recursos hídricos (Gráfico 1).

ASPECTOS MAIS VALORIZADOS NO BRASIL



**Gráfico 1:** Aspectos que são mais Valorizados pelos Turistas de Natureza no Brasil. Fonte: ABETA (2010).

A Figura 1 apresenta um mapa que ilustra a opinião dos entrevistados na pesquisa da ABETA sobre as melhores regiões do Brasil para viagens de natureza e Aventura. A partir da análise da Figura 1, pode-se perceber que a região nordeste tem a maior porcentagem. Isto se dá devido à abundância de atrativos turísticos litorâneos que são bem estruturados e muito visitados. Outra região que merece destaque é a região Sudeste, tendo dois grandes polos emissores de turistas (São Paulo e Rio de Janeiro) e destinos de turismo litorâneo, estruturados. O Centro-Oeste do Brasil tem 13% e pode-se destacar que o turismo de aventura e Ecoturismo ocorre principalmente na planície pantaneira, em Bonito-MS e em alguns destinos de natureza localizados no Mato Grosso.



**Figura 1:** Melhores Regiões do Brasil para Viagens de Natureza e Aventura. **Fonte:** ABETA (2010).

### 3. Percepção

A percepção é um processo mental de interação do indivíduo com o ambiente. Assim, cada indivíduo percebe o ambiente de uma forma. A percepção vai ser influenciada por diversos fatores, sendo que a imagem da paisagem é construída levando em consideração as experiências vivenciadas pelos indivíduos, as influências psicológicas, fisiológicas, sociais, ambientais e econômicas que transformam a personalidade e determinam a forma que cada um entende e percebe o mundo.



A percepção é um processo mental de interação do indivíduo com o meio ambiente que ocorre por meio de mecanismos perceptivos e cognitivos (DEL RÍO, 1996).

Para Beni (2002) percepção é o processo pelo qual o indivíduo seleciona, organiza e interpreta a informação para criar quadros do mundo. É uma apreensão da realidade através do sentido.

Segundo Tuan (1980) a percepção valoriza os sentimentos, sensações e de forma geral, as emoções que são importantes para a descoberta do pensamento das pessoas em relação à área de estudo.

A percepção não está ligada somente aos mecanismos perceptivos e cognitivos, mas também aos aspectos emocionais e de vivência de cada indivíduo.

Outra questão que Tuan (1980, p.4) destaca é que "a percepção é tanto a resposta dos sentidos aos estímulos externos, como a atividade proposital na qual certos fenômenos são claramente registrados, enquanto outros retrocedem para a sombra ou são bloqueados".

As características emocionais dos indivíduos influenciam na capacidade de absorções e na atenção que se dá a alguns aspectos do ambiente vivenciado.

De acordo com Santos (1996, p.62):

A percepção é sempre um processo seletivo de apreensão. Se a realidade é apenas uma, cada pessoa a vê de forma diferenciada; dessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada. Nossa tarefa é a de ultrapassar a paisagem como aspecto, para chegar ao seu significado.

O significado da paisagem se dá por influência das relações culturais dos grupos, em que a relação com o ambiente se constrói e se reconstrói de geração em geração e mesmo a paisagem tendo significados distintos individuais, ela também tem um significado coletivo.

Segundo Xavier (2007, p 33):

cada indivíduo estrutura seu espaço geográfico em torno de si próprio. Os seres humanos, individual ou grupalmente, tende a estruturar o mundo, tendo o self como centro. Assim, o mundo é orientado por uma série de valores irradiados da própria pessoa ou de seu grupo.

Tuan em 1980 cria um conceito chamado de Topofilia que busca explicar a relação de afetividade do ser humano com o lugar, considerando que na interação com o ambiente físico o indivíduo pode sentir admiração ou repulsa. Segundo Tuan (1980, p.5) "Topofilia é o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente físico. Difuso como conceito, vívido e concreto como experiência pessoal".

Machado (1999, p.104) destaca que são os sentimentos e ideias de um determinado indivíduo, que são resultado da experiência vivida:

os sentimentos e ideias da pessoa adulta, referentes ao espaço e ao lugar, são extremamente complexos, pois se originam tanto de experiências singulares como das comuns; há também o contínuo acréscimo de sentimento, que se dá ao longo dos anos. A experiência individual é continuamente enriquecida pela atividade perceptiva, de modo que nos apegamos cada vez mais ao lugar e à sua paisagem: o lugar adquire profundo significado para o indivíduo, engendrando o sentimento de topofilia.

No turismo busca-se compreender melhor essas relações afetivas com os lugares, visando proporcionar aos turistas experiências agradáveis.

Oliveira (1978: 51-62) apud Xavier (2007, p 34) afirma que:

a percepção deve ser encarada como fase da ação exercida pelo sujeito sobre o meio ambiente, pois as atividades não se apresentam justapostas, mas encadeadas umas as outras. Percebe-se claramente na afirmação do autor, que a percepção é uma ação que faz parte de um processo de produção do próprio espaço. A percepção vai influenciar na relação do homem com o meio e desencadear processos de produção.

Considerando que muitas das ações praticadas no espaço pelo ser humano são baseadas no elo afetivo das pessoas com o lugar, a percepção do indivíduo do meio é fundamental para determinar a forma de interação.

Segundo Xavier (2007, p. 34) a percepção, ao se processar, além de permitir a interação do indivíduo com seu espaço, permite, também, que sejam elaboradas respostas apropriadas às mudanças e às incertezas que o espaço oferece, respostas estas que se evidenciam pela cognição e pela inteligência.

A compreensão de que o sujeito-observador é um ser ativo e em transformação e está inserido no ambiente não somente como um observador, como um agente de interpretação que recebe influência cultural, produzidas a partir de uma construção histórica da sociedade e do indivíduo.

Para Boullón (2002) a paisagem depende da presença do observador sensível colocado diante de um meio natural ou urbano. Assim, segundo o autor a paisagem se vai com o observador porque não passa de uma ideia da realidade que se elabora quando interpreta esteticamente o que está vendo.

Entendendo que as pessoas têm diversas necessidades e desejos, e que esses desejos é que vão determinar sua motivação e seu deslocamento, é fundamental conhecer como as pessoas pensam, sentem, interagem e percebem o ambiente, para que se possa



diagnosticar a potencialidade ou vocação turística de uma localidade, no intuito de planejar o turismo de forma sustentável.

A percepção geográfica desenvolveu-se com a preocupação de conhecer e de explicar as atitudes das pessoas e o valor que elas atribuem ao meio ambiente, considerando que, mais amplamente, a abordagem perceptiva poderá contribuir para a adoção de estratégias a serem empregadas na tomada de consciência da população, quanto aos benefícios e aos problemas ligados aos impactos proporcionados pelo turismo. (XAVIER, 2007, P. 12).

A percepção é um campo de muito interesse para o turismo, sendo fundamental para compreender as experiências turísticas.

A percepção geográfica do turismo tem sido estudada com base na geografia humanística, uma das tendências atuais da geografia, que encontra seus fundamentos na fenomenologia e no existencialismo, e valoriza as experiências do homem em seu meio ambiente. Nas últimas décadas, em decorrência do crescente avanço da atividade turística no mundo, tornou-se necessário amplo conhecimento da conduta das pessoas diante dessa atividade. (XAVIER, 2007, p.27).

#### 4. Água e Turismo

A água como recurso hídrico é utilizada desde o princípio da vida humana. A relação e as formas de uso da água foram sendo transformadas no decorrer da evolução da civilização, tendo significado e valor econômico para homem na atualidade.

Os cursos d'água doce superficiais são regidos pelo sistema hídrico denominado bacia hidrográfica, para compreender a dinâmica de um canal fluvial é fundamental considerar a dinâmica da bacia hidrográfica.

A água é um elemento fundamental para a vida humana e para equilibrar seus múltiplos usos, mas para isso é necessário que a água tenha qualidade.

Segundo Neiman(2005) a relação do ser humano com a água é rica e tem suas diversas linhas de defesa que nos faz refletir. A primeira linha é que o ser humano evoluiu no ambiente aquático e por isso ele tem um conjunto muito característico de diferença em relação aos outros primatas. Nessa perspectiva, podemos observar que instintivamente os bebês humanos recém-nascidos nadam sem medo e os adultos relaxam quando imersos em água. É claro que podemos considerar essa teoria absurda, mas como explicar a busca dos homens por ambientes aquáticos em seus períodos de final de semana ou feriados prolongados? Neiman ainda ressalta que, o ser humano, historicamente, construiu suas civilizações ao redor dos corpos d'água. É evidente que se fixar as margens teve seu caráter utilitário (transporte, irrigação, abastecimento de água), mas não se pode desconsiderar

que esses rios estiveram presentes no cotidiano. Assim, desenvolvemos no decorrer da história uma percepção social e individual sobre as águas, que nos remete a uma análise simbólica e cultural.

Neiman (2005) ressalta que a percepção da água é um tema antigo na história da humanidade e sua presença pode ser observada em diversos mitos de criação de divindades associados às mais diferentes culturas. Nos diversos mitos de origem, a água normalmente está associada ao surgimento do ser humano, o que nos revela a enorme carga simbólica que esse elemento possui no imaginário e no inconsciente dos povos ao longo dos tempos. Assim, as projeções humanas sobre as paisagens e as águas nelas incluídas, refletem nossa necessidade de dar significado à vida, por meio dos ciclos naturais, da morte e do renascimento, entre outros.

Schama (apud Neiman, 2005, p 263) afirma que "ver um rio equivale a mergulhar numa grande corrente de mitos e lembranças, forte o bastante para nos levar ao primeiro elemento aquático de nossa existência intrauterina".

Nesse contexto, a água passa a ter um valor simbólico que vindo de um inconsciente coletivo pode representar às pessoas fonte de vida, meio de purificação, centro de regeneração, entre outras coisas.

Segundo Neiman (2005) a praia como espaço de lazer é uma invenção do imaginário europeu que só se fortalece no final do século XVIII.

De acordo com Bouguerra (2004) a água forma 75% do ser humano e, como acontece com o clima terrestre, ela controla nossa temperatura interna.

O uso da água para a recreação pode ser dividido em dois tipos: de contato primário e de contato secundário. O contato primário se dá quando há um contato íntimo e prolongado do corpo humano com a água, havendo risco de ingestão da mesma (ex. natação, mergulho, esqui aquático, surfe). O contato secundário ocorre quando o contato com a água é acidental, ou seja, não é necessário (ex.: pesca, remo, navegação esportiva, etc) (MOTA, 1995).

Motta (1995) também destaca que o uso da água para recreação pode ser estético. Segundo o mesmo autor por uso estético da água entende-se a sua integração com outros elementos da natureza, compondo a paisagem e contribuindo para o lazer passivo, contemplativo (MOTA, 1995).

Cada tipo de uso da água é feito de acordo com os limites estabelecidos de impureza da água. Alguns usos são restritos por aspectos estéticos, outros por existência de componentes químicos e físicos.

Uma análise completa da água natural indicaria a presença de mais de cinquenta constituintes nela dissolvidos ou em suspensão. Esses elementos, em geral, são sólidos dissolvidos ionizados, gases, compostos orgânicos, matéria em suspensão, incluindo microorganismos e material coloidal. (SETTI et al, 2001, p.201).

A água constitui elemento necessário para quase todas as atividades humanas, incluindo o turismo, sendo ainda, componente da paisagem e do meio ambiente. Trata-se de bem precioso, de valor inestimável, que deve ser conservado e protegido.

Segundo Vergon (1971 apud Xavier 2007, p.32) o conhecimento do espaço turístico, de seus componentes e dos movimentos que nele ocorrem, deve ser valorizado, uma vez que possibilita a sensação de segurança e permite o aparecimento de respostas apropriadas nos momentos de tomadas de decisões.

Diversos estudos sobre turismo não relacionam a atividade turística à dinâmica ambiental, ou compreendem que os recursos naturais são apenas matéria-prima para o turismo. É fundamental considerar que a atividade turística faz parte do contexto e da própria dinâmica do ambiente natural, já que este ambiente interfere e sofre interferências da ação antrópica.

Quando a água, como um elemento da paisagem, é um dos principais recursos utilizados pelo turismo, os estudos podem embasar-se na dinâmica da bacia hidrográfica no qual o canal fluvial está inserido, já que o próprio sistema hidrográfico tem características de relevo, vegetação, etc.

Assim, a bacia hidrográfica pode ser considerada importante unidade de estudo e planejamento ao se pensar na questão da qualidade ambiental e sustentabilidade da atividade turística.

A atividade turística, assim como outras atividades produtivas baseia-se em uma série de variáveis como a capacidade de suporte do ecossistema, infraestrutura e serviços básicos, complementares e de apoio à atividade, divulgação do produto, aspectos econômicos e sociais da localidade, etc. Assim, o turismo não pode ser entendido sem a análise do ambiente em que está inserido.

No campo do turismo entende-se que as pessoas têm diversas necessidades e desejos e que esses desejos é que vão determinar sua motivação e seu deslocamento. Desta forma, é fundamental conhecer como as pessoas pensam, sentem, interagem e percebem o ambiente, para que se possa diagnosticar a potencialidade ou vocação turística de uma localidade, no intuito de planejar o turismo de forma sustentável.

Christofoletti (1999) afirma que a significância e a valorização a respeito do meio ambiente estão relacionadas à visão de mundo imperante em cada civilização, apresentando, inclusive, nuança em seus segmentos socioeconômicos. Por essa razão, o relacionamento entre homem e o meio ambiente possui variações de região para região e ao longo da história. A formação dessa estrutura conceitual realiza-se de modo difuso ou sistematizado, envolvendo os conhecimentos do senso comum, o religioso, o filosófico e o científico.

A prática do turismo utilizando a água como atrativo, atribui valor à qualidade da água, já que para que o turismo aconteça, a água deve apresentar características que exerçam o poder de atração e de satisfação do turista.

Segundo Gratão (2007, p.51) “múltiplos são os significados da água das águas. Múltiplos são as suas imagens, sentidos e dimensões. Preenhe de significados, a água é um elemento da vida que encompassa e a evoca sob múltiplos aspectos, materiais e imaginários”.

Quando o homem/turista se prontifica ao turismo das águas entende-se que ele já está predisposto à busca e ao encontro com estas (suas) dimensões simbólicas. (GRATÃO, 2007).

## **5. Turismo na Bacia do Rio Formoso em Bonito-MS**

O turismo de Bonito é desenvolvido em áreas naturais, ambientes frágeis e de grandes belezas cênicas, rico em biodiversidade. Os atrativos são localizados em propriedades privadas nas áreas rurais, contando com dois monumentos naturais estaduais, Monumento Natural da Gruta do Lago Azul e Monumento Natural do Rio Formoso. O Balneário Municipal é o único atrativo em área pública municipal, sendo administrado pela prefeitura de Bonito.

O município de Bonito é considerado um exemplo em ecoturismo, planejamento, desenvolvimento e organização, pois a cidade foi, treze vezes consecutivas, até o ano de 2013, premiada por ser o Melhor Destino de Ecoturismo do Brasil pela Revista Viagem e Turismo.

Em 2013, Bonito recebeu o título de Melhor Destino de Turismo responsável do Mundo, pela WTM-London. Em 2014, recebeu a ESTC – Conferência Mundial de Ecoturismo e entrou na lista dos 100 melhores Destinos Sustentáveis Internacional.

Assim, já se considera o turismo no município como consolidado, pois junto com o desenrolar de todo o processo turístico, trouxe consigo alguns marcos impulsionadores para que estivesse no patamar atual, como a criação do Voucher Único e a criação da obrigatoriedade do acompanhamento do guia de turismo especializado em atrativos turísticos.

Estes diferenciais, juntamente com atrativos constituídos, com a visitação limitada e com a participação da comunidade no trade turístico são essenciais para o município.

O sistema turístico em Bonito funciona da seguinte forma:

[...] o dono do atrativo (em geral um fazendeiro ou empresário) organiza e estrutura seu balneário. Isto significa pesados investimentos para construir passarelas de madeiras que evitam danificar a floresta, para limpar poços, para a montagem de infraestrutura (restaurantes, lanchonetes etc.) e a criação de, pelo menos, uma atração espetacular e radical. Calcula-se que o retorno só começa a aparecer em, pelo menos, dez anos. O dono do atrativo fica com 60% a 70% do ingresso de cada visitante. As agências de turismo investem em publicidade e programam as excursões, ficando com 20% dos ingressos. Os guias ficam com 10% e a prefeitura recebe 4,5% em forma de Imposto Sobre Serviço – ISS (MARIANI 2000, p. 95, apud RIZZO 2010, p.354).

O turismo em Bonito gera aproximadamente 4.000 empregos, direta e indiretamente, estima-se que representa aproximadamente 40% do PIB do município (Secretaria de Turismo de Bonito, 2015).

O *trade* turístico de Bonito se constitui atualmente de 95 meios de hospedagem, 48 atrativos turísticos, 38 restaurantes, 46 agências de turismo, 34 empresas de transporte, 27 táxis e 64 mototáxis. Conta com uma estrutura de evento, sendo que três hotéis tem salas de eventos e o Centro de Convenções tem uma infraestrutura de eventos que tem captado eventos importantes de âmbito nacional e internacional. O aeroporto de Bonito recebe dois voos regulares da empresa Azul, na quarta-feira e domingo (Secretaria de Turismo de Bonito, 2015).

A maioria dos atrativos do município localiza-se na área rural, onde os proprietários no início apenas sobreviviam da pecuária e da agricultura e hoje em muitas propriedades o turismo é a principal atividade econômica.

## 6. Metodologia

A metodologia de pesquisa foi qualitativa. Isso se dá pela dificuldade de analisar o sujeito e seu olhar sobre a água e o turismo sem trabalhar de forma subjetiva.

Na revisão bibliográfica foram realizados estudos sobre água e turismo, turismo em áreas naturais, aspectos turísticos da bacia hidrográfica do rio Formoso e de Bonito e percepção.

Foram selecionados os 15 principais atrativos que utilizam água como atrativo na bacia do rio Formoso para a pesquisa. Como cada atrativo tem suas particularidades, oferece experiências diferentes ao turista e tem características estruturais e ambientais diferentes, optou-se em analisar os atrativos por categoria de atividade que oferece, sendo divididos em passeios na trilha com flutuação, trilha com cachoeira, balneário, gruta e aventura. Os atrativos pesquisados estão apresentados no Quadro 1.

**Quadro 1:** Atrativos Turísticos Pesquisados e sua Categoria

	<b>Atrativos</b>	<b>Categoria</b>
1	Balneário Ecológico do Sol	Balneário
2	Balneário Ilha Bonita	Balneário
3	Balneário Municipal do Rio Formoso	Balneário
4	Praia da Figueira	Balneário
5	Parque Ecológico Rio Formoso	Trilha com Flutuação
6	Barra do Sucuri	Trilha com Flutuação
7	Reserva Ecológica Baía Bonita - Aquário Natural	Trilha com Flutuação
8	Rio Sucuri Ecoturismo	Trilha com Flutuação
9	Bonito Aventura	Trilha com Flutuação
10	Boia Cross do Hotel Cabanas	Aventura
11	Porto da Ilha - Ilha do Padre – Bote	Aventura
12	Abismo Anhumas	Aventura
13	Estância Mimosa	Trilha com cachoeira
14	Parque das Cachoeiras	Trilha com cachoeira
15	Gruta do Lago Azul	Gruta

Assim, foi elaborado um roteiro de entrevista para os turistas que fizeram os passeios acima citados.

Segundo Marconi e Lakatos (2010, p.82) a entrevista estruturada é [...] aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela se realiza de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano.



Essas entrevistas, que foram aplicadas em outubro e novembro de 2014, tiveram por objetivo identificar a percepção dos turistas quanto a experiência turística e a interação com a natureza.

Entrevista é uma técnica de pesquisa para coleta de informações, dados e evidências cujo objetivo básico é entender e compreender o significado que os entrevistados atribuem a questões e situações, em contextos que não foram estruturados anteriormente, com base nas suposições e conjecturas do pesquisador (MARTINS; THEÓPHILO, 2009, p. 88).

As entrevistas seguiram um roteiro previamente estabelecido com o objetivo de permitir a comparação das respostas na análise.

Para a delimitação do local e horário de aplicação, levou-se em consideração que os turistas, no período da noite, movimentam-se próximo à praça da Liberdade e na região turística na Av. Pilad Rebuga, buscando restaurantes, lojas de souvenir e agências de viagens. Assim, as entrevistas foram aplicadas no período da noite, das 19h às 22h, durante os meses de novembro e dezembro. Essa decisão se deu pela observação da rotina dos turistas que normalmente estão mais receptivos nesse momento.

No momento das entrevistas algumas questões foram importantes: foram escolhidos turistas que atendam ao perfil traçado, não foram entrevistadas pessoas que viajam juntas para não induzir respostas e foi feito um relatório de campo descrevendo como foi realizada cada entrevista (local, horário, etc), registrando os aspectos que não ficam gravados (gestos do entrevistado, aspectos do ambiente, contradição nas respostas, etc).

Quando não há lapso de tempo entre a sensação e a sua interpretação, o indivíduo só pode falar da experiência, como percepção em sentido restrito. Quando há lapso de tempo se podem formar conceitos; uma pessoa pode parar e interpretar os indícios perceptivos de maneiras diferentes, como um exercício em racionalidade (TUAN, 1980, p.70).

Foi realizado um pré-teste antes da aplicação das entrevistas, sendo entrevistados dois turistas, e a partir do pré-teste foram feitos alguns ajustes. O pré-teste foi importante, pois a partir dele percebeu-se que algumas perguntas não estavam muito claras, dificultando assim a condução da entrevista e a captação de informações do entrevistado. Outra questão relevante quanto à aplicação do pré-teste foi definir a estimativa de tempo que durava a aplicação da entrevista, para informar os entrevistados no início da entrevista. No caso da presente pesquisa, esta questão de tempo é muito relevante, pois os entrevistados são turistas que estão no seu momento de lazer e não querem perder muito tempo respondendo a uma entrevista.

Foram aplicadas 17 entrevistas, com indivíduos de perfis distintos e que realizaram passeios nos atrativos pesquisados.

A análise das entrevistas foi dividida em dois momentos, a análise do perfil dos turistas e a análise de conteúdo das respostas baseada em Bardin (1977).

De acordo com Marconi e Lakatos (2011, p.117) a análise de conteúdo "é uma técnica que visa os produtos da ação humana, estando voltada para o estudo das ideias e não das palavras em si".

A análise de conteúdo é uma técnica para se estudar e analisar a comunicação de maneira objetiva e sistemática. Buscam-se inferências confiáveis de dados e informações com respeito a determinado contexto, a partir dos discursos escritos ou orais de seus autores e/ou autores. (MARTINS; THEÓPHILO, 2009, p. 98).

A análise de conteúdo adquire força, valor e é validada à medida que se apoia em um bom referencial teórico e na construção e análise das categorias de análise.

Segundo Ander-Egg (1978:199) apud Marconi e Lakatos (2011) a técnica de análise de conteúdo abrange três fases: a) Estabelecer unidade de análise, b) Determinar as categorias de análise e c) Selecionar uma amostra de material para análise.

a) Estabelecer unidade de análise - determinar o elemento básico de investigação e pode ser realizado utilizando uma análise geral de todos os termos ou vocábulos e/ou análise de palavras-chave ou usando a análise de um tema, ou uma proposição, afirmativa ou sentença sobre determinado assunto.

b) Determinar as categorias de análise - existem várias formas de determinar as categorias de análise, podendo ser de matéria, de forma, de apreciação, de pessoas e atores e de origem e destino. Nesta pesquisa optou-se por determinar as categorias pela forma, ou seja, a partir dos comentários e fatos ocorridos, e intensidade, buscando os efeitos produzidos no público com a análise da repetição contínua de termos e a carga emocional contida no discurso.

c) Selecionar uma amostra de material para análise - é determinada a partir do objetivo da hipótese de pesquisa, a amostra precisa responder aos questionamentos da pesquisa.

Quanto se trata das categorias de análise Martins; Theóphilo (2009, p. 99) afirmam que:

a categorização é um processo de tipo estruturalista e envolve duas etapas: inventário (isolamento das unidades de análise: palavras, temas, frases etc) e a classificação das unidades comuns, revelando as categorias (colocação em gavetas). Dependendo do assunto/tema, sob Análise de Conteúdo pode-se adotar categorização já testadas em estudos com objetivos assemelhados.

Em algumas pesquisas com a aplicação de análise de conteúdo, as categorias são pré-definidas antes da aplicação, mas no intuito de não direcionar as respostas, foi determinado que as categorias deveriam ser definidas a partir das respostas. Assim, no caso desta pesquisa, as categorias foram estabelecidas a partir das respostas das perguntas da entrevista após a aplicação.

Cada entrevista foi lida e relida várias vezes para possibilitar uma análise em profundidade, com o levantamento das palavras e expressões mais frequentes e daquelas pouco enfatizadas. Assim, a análise foi dividida em alguns momentos, criar o perfil dos entrevistados, identificar e analisar a essência dos depoimentos, categorizar o discurso e a partir desse processo analisar categorias apresentadas na tese. A percepção sobre a água é a essência da pesquisa, mas outros elementos foram analisados também.

Para a definição das categorias foi feita a triangulação, onde três pessoas de forma isolada analisam as respostas, sugerem categorias e a partir do debate as categorias são estabelecidas. A triangulação foi realizada no processo de três indivíduos diferentes lerem e categorizarem as respostas dos entrevistados e depois de uma discussão sobre a categorização de cada, definiu-se as categorias. Essa triangulação é necessária para que a categorização seja a mais fidedigna possível, evitando a intervenção do pesquisador na interpretação do conteúdo (Quadro 2).

**Quadro2:** Modelo de Quadro de Análise de Conteúdo

Sujeito	Discurso na íntegra	Categoria
		Uma palavra que resume/descreve a essência
1		
2		
3		

Na análise do conteúdo e do perfil dos turistas utilizou-se a regra da frequência, das questões mais relevantes, tratando tanto da frequência absoluta, quanto a relativa.

## **7. Percepção dos Turistas sobre a Importância da Água para o Turismo na Bacia do Rio Formoso**

Quando perguntado para os turistas se algo no passeio surpreendeu, observou-se uma série de respostas interessantes. O objetivo dessa questão era compreender a percepção que o turista teve dos passeios e analisar se as expectativas foram atendidas. Nas

respostas dos turistas foram identificadas nove categorias, conforme apresentado na Tabela 1. Das nove categorias encontradas todas são positivas. Os turistas entrevistados se impressionaram e ficaram surpresos com diversos aspectos que eles já haviam colocado como motivação para a escolha de Bonito como destino. Percebe-se nessa questão que a tomada de decisão de escolher Bonito como destino foi baseada em questões racionais, de estética e emocionais e mesmo com essa diversidade de motivação os turistas se impressionaram com aspectos estéticos, emocionais e de estrutura dos passeios.

**Tabela 1:** Aspecto que Surpreendeu os Turistas nos passeios em Bonito

<b>Categoria</b>	<b>Frequência Absoluta</b>	<b>Frequência Relativa (%)</b>
Beleza	3	17,64%
Transparência da água	3	17,64%
Estrutura	3	17,64%
Natureza	2	11,76%
Satisfação	2	11,76%
Bem estar	1	5,88%
Conservação	1	5,88%
Totalidade	1	5,88%
Hospitalidade	1	5,88%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa.

A questão chave da pesquisa é a importância da água como elemento da paisagem e para tanto foram feitas várias perguntas para os turistas, visando compreender a percepção deste referente à água na bacia do Formoso.

Quando perguntado sobre a temperatura da água dos rios onde fizeram os passeios, a maioria dos turistas destacou que a água nos passeios é fria. Dos 17 entrevistados, 7 afirmaram que a água é fria, mas é agradável, cinco que é fria e cinco que é agradável e boa (Tabela 2). De forma geral, 13 turistas afirmam que a água é fria e 13 afirmam que a água apesar de fria é agradável.

**Tabela 2:** Opinião dos Turistas sobre a Temperatura da Água dos Rios.

	<b>Frequência Absoluta</b>	<b>Frequência Relativa (%)</b>
Fria, mas agradável.	7	41,17%
Agradável/Boa	5	29,4%
Fria	5	29,4%
Total	17	100%

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Quanto à questão da profundidade dos rios nos passeios, verificou-se que os entrevistados se sentiram seguros com a profundidade, identificaram que todos os rios tem trechos mais profundos e mais rasos, mas que com os equipamentos e as orientações do guia se sentiram seguros.

Quando foi perguntado sobre a velocidade dos rios, todos afirmaram que a velocidade foi considerada um aspecto tranquilo do passeio. Essa questão foi colocada para os turistas para captar a percepção quanto ao sentimento de segurança e bem estar. Por outro lado, considerando os passeios de aventura com o Bote e Boia-cross, essa velocidade pode proporcionar experiências mais radicais, mas percebeu-se que os turistas não deram destaque para esse aspecto do rio.

A percepção dos entrevistados quanto à quantidade e variedade dos peixes é bem difusa. Quanto a quantidade de peixes, a maioria dos turistas que fizeram passeios onde era possível visualizar muitos peixes, como os balneários, destacaram a quantidade de peixes, mas não a variedade. Alguns turistas ficaram desapontados por não ver muita diversidade e outros maravilhados pela possibilidade de nadar com os peixes.

Quando perguntado se o turista observou se tinha vegetação à margem dos rios, 16 responderam que perceberam e um turista afirmou que não reparou. O Turista 17 forneceu a seguinte resposta: “As margens dos rios estão bem preservadas, com a mata ciliar muito bem conservada”. Essa percepção dos turistas destaca a importância que o turista dá para a paisagem como um todo e que mesmo no momento da sua flutuação ou de outra atividade aquática, o turista está atento ao ambiente.

Quando perguntado se o turista observou se tinha vegetação no decorrer das trilhas onde eles percorreram até chegar à água, considerando que todos os passeios tem um percurso de trilha, os 17 responderam perceberam a existência de vegetação nas trilhas.

A vegetação nas margens dos rios e no decorrer das trilhas são fundamentais para a qualidade das águas e para a qualidade da experiência turística e a percepção dos turistas só reforça essa questão.

Quanto à percepção dos turistas sobre a balneabilidade da água dos rios da bacia do rio Formoso, constatou-se que dos 17 entrevistados, 12 turistas acreditam que o indicativo de qualidade da água para banho é a coloração e a transparência da água, três turistas afirmam que confiam na indicação do guia de turismo, dois afirmam que não sabem. Essa questão da percepção do turista quanto à balneabilidade é interessante, pois os turistas não têm ideia dos fatores que influenciam a qualidade da água e acreditam que a água transparente é de qualidade.

Quando perguntado sobre a coloração e transparência dos rios, percebeu-se a importância que se dá para a coloração e transparência dos rios de Bonito pelo turista. A fala sobre a transparência aparece em diversas respostas e em mais de uma pergunta. A Tabela 3 apresenta a opinião dos turistas sobre a coloração e a transparência da água.

**Tabela 31:** Opinião dos Turistas Sobre a Coloração e a Transparência da água.

Turista	Coloração	Transparência
01	Eu vim buscar água azul e verde mesmo, gostei muito do que vi, nos meus passeios geralmente as águas não são tão cristalinas.	Nunca vi rios tão transparentes.
02	A cor é fantástica, o espelho no passeio do olho d'água. Uma cor mais para o azul do que para o verde.	Perfeita, clarinha. Visibilidade total.
03	Cristalina	Cristalina.
04	Transparente.	Nos rios não chegam a ser tão transparentes como na nascente.
05	Hoje estava turva. Por causa da chuva, que ontem choveu. Mas quando está limpa, é impressionante.	Hoje estava turvo, mas anteriormente a transparência é impressionante.
06	O que mais me impressionou foi à cor da água.	Nunca vi coisa igual.
07	Muito cristalina.	Nunca vi um rio tão transparente.
08	Impressionou bastante	Nunca tinha visto nenhum rio igual, eu gostei bastante.
09	Desta vez estava mais escura, diferente dos outros anos.	Acho que nenhum lugar é como aqui na transparência da água



10	Lindo, estava lindo.	Ai, lindíssimo, no Sucuri foi maravilha a experiência. Primeira vez que vi assim.
11	Azul bem transparente.	Bem transparente, nunca vi outro rio assim.
12	Azul, impressionou.	Experiência foi fantástica. Nunca tinha visto um rio assim.
13	Sim, a beleza é impressionante. O azul e o verde da água é encantador.	A transparência da água proporciona uma visão impressionante da biodiversidade aquática, troncos e vegetações ajudam a transformar o passeio em um verdadeiro aquário natural. Sim, já tinha visto.
14	achei tudo muito limpo, fiquei encantada com a água tão cristalina.	Experiência maravilhosa....muito lindo mesmo.
15	Sim, muito.	Já tinha visto, mas é sempre uma ótima experiência.
16		Ótima experiência, nunca tinha visto nada igual.
17	Sim, é uma imagem muito bonita que eu não havia visto antes.	Sim fiquei encantado com a transparência da água, nunca tinha visto água assim. Não, nunca tinha visto um rio igual aos de Bonito-MS

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando foi perguntado aos entrevistados como a água influenciou na experiência turística, foram identificadas sete categorias, conforme apresentado na Tabela 4. O objetivo deste questionamento foi responder um dos objetivos da pesquisa, baseado na compreensão da maneira como a água influenciou na qualidade da experiência turística. As respostas foram extensas e com muito conteúdo e por esse motivo foram encontradas mais de uma categoria nas respostas.

**Tabela 4:** Forma que a Água influencia na experiência Turística

<b>Categoria</b>	<b>Frequência Absoluta</b>	<b>Frequência Relativa (%)</b>
Transparência da água	14	48,27%
Preferência	4	13,79%
Essencial	4	13,79%
Beleza	2	6,89%
Bem estar	2	6,89%
Conservação	2	6,89%
Superação	1	3,44%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa

A categoria que mais apareceu foi à transparência da água. Dos 17 entrevistados, 14 destacaram que a transparência da água influenciou a experiência turística.

Na resposta do Turista 6 percebe-se a importância que ele atribui a transparência da água “Quando a gente viu que a água era cristalina, foi quando deu o barato do negócio. Se ela não fosse tão cristalina não seria tão impressionante como foi”.

O Turista 17 relata sua experiência no passeio de flutuação:

Achei muito gelada, mas a transparência é impressionante e os peixes são muito tranquilos e não se assustam com a presença humana. Muito importante, porque consegue visualizar toda a extensão do rio em profundidade, as margens, os peixes, uma pequena folha....consegue ver tudo.

Outras categorias que se destacaram foram: preferência e essencial, sendo que na resposta de quatro turistas foi encontrada a categoria preferência e quatro na categoria essencial. As categorias preferência e essencial estão relacionadas ao conteúdo da resposta dos turistas que indicam que ele prefere passeios que tenham água. Assim, nota-se que esse é um critério para a escolha do destino e dos passeios.

Na resposta do Turista 2 fica evidente a categoria preferência e transparência da água “Tudo que tem água eu adoro. Da gente poder visualizar e também sentir toda a percepção é possível- categoria preferência e transparência da água”.

Outro exemplo da categoria preferência e transparência da água na mesma resposta foi a do Turista 15:

Normalmente procuro locais com natureza e água para minhas viagens. As experiências são mais ricas assim. Muito. A transparência ajuda na imersão das pessoas no passeio e no contato com a natureza e na beleza do passeio. Categoria transparência da água e preferência.

O Turista 12 ressalta a transparência da água é o diferencial de Bonito para outros destinos:

Acredito que a transparência da água é fator determinante para a migração de diversos turistas para Bonito. O fato de haver corredeiras e cachoeiras é um atrativo, mas existem concorrência em outros destinos mais próximos de outras capitais (Brotas x São Paulo, por exemplo). Porém, a transparência da água é de fato o grande diferencial e, por isso as pessoas se dispõem a fazer uma longa viagem.

A resposta do Turista 14 tem conteúdo da categoria transparência da água e superação:

Eu comecei a perder o medo....de tão bonito os lugares preferi viver o momento e aproveitar a natureza do que ficar paralisada e não entrar no rio e aproveitar as cachoeiras. Sim... na forma de me passar tranquilidade

durante a flutuação e mesmo durante as cachoeiras... conseguir ver o peixes e mesmo as pedras me fazia ter a sensação de um pouco mais de segurança...além de trazer a sensação de algo limpo, protegido e não contaminado, poluído.

## 8.Considerações Finais

Pela análise das entrevistas ficou claro que os turistas veem para Bonito em busca da natureza com enfoque principalmente na água. Eles criam uma expectativa que é atendida e quase sempre superada pelas experiências que vivenciam nos passeios.

No início da pesquisa acreditava-se que os turistas viajam para Bonito buscando a transparência da água e não percebiam os outros aspectos na paisagem e nesta pesquisa constatou-se que o turista/observador percebe a paisagem de forma geral e valorizam a natureza preservada.

Os turistas foram atraídos para Bonito não somente pelas características da água, mas também pela natureza.

Quando se tratados recursos hídricos em diversos momentos os turistas destacam que a água transparente foi fundamental para a experiência turística e compreendem que a água é um elemento da paisagem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABETA, **Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturista no Brasil**. Ministério do Turismo, São Paulo: ABETA, 2010.
- BARDIN, L. (2006). **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70.(Obra original publicada em 1977).
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo** – 7ª ed. – São Paulo: Ed. SENAC, 2002.
- BOULOÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru-SP:EDUSC, 2002.
- BOUGUERRA, M. L. **As Batalhas da Água: por um bem comum da humanidade**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2004.
- CHRISTOFOLETTI, A. **Modelagem de Sistemas Ambientais**, São Paulo: Ed. Edgard Blucher, 1999.
- DEL RIO, V. Paisagem, Realidade e Imaginário: a percepção do cotidiano. In: GOYA, C.R.Y. (coord). **Visão interdisciplinar sobre o estudo da paisagem: a percepção do cotidiano**. Bauru, 1996. p.21-27.
- GRATÃO, L.H.B. Á água no fluxo do turismo – do elemento essencial ao destino do turista... Convite ao lazer, prazer, ócio, hierofania, sonhos e imaginação! In: SEABRA, G. (org.). **Turismo**

- de Base Local:** Identidade Cultural e Desenvolvimento Regional, João Pessoa: ed. Universitária/UFPB, 2007.
- MACHADO, L. M. C. P. Paisagem valorizada: a Serra do Mar como espaço e como lugar. In: DEL RIO, V. & OLIVEIRA, L. **Percepção Ambiental:** a experiência brasileira. São Carlos: UFSCar, 1999.
- MARCONI, M. A. e LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARTINS, G. A. THEÓFILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas.** São Paulo: Atlas, 2009.
- MOTA, S. **Preservação e Conservação de Recursos Hídricos.** Rio de Janeiro: ABES, 1995.
- NEIMAN, Z. Queremos Nadar no Nosso Rio! O Simbolismo da Balneabilidade para a Construção do Conceito de Qualidade Urbana.in: DOWBOR, L; TAGNIN, R.A. (org.) **Administrando a Água Como se Fosse Importante:** Gestão Ambiental e Sustentabilidade. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- RIZZO, M. R. **Encontros e desencontros do turismo com a sustentabilidade:** um estudo do Município de Bonito. 2010. 511f. Tese (doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Paulista, 2010.
- SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção.** São Paulo: Hucitec, 1996.
- TUAN, Yi-fu – **Topofilia:** um estudo da percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente. DIFEL. São Paulo, 1980.
- SETTI, A. A. et al. **Introdução ao Gerenciamento de Recursos Hídricos.** Agência Nacional de Energia Elétrica; Agência Nacional de Águas, 2001.
- VARGAS, I. A. **Ecoturismo e desenvolvimento sustentável em Bonito-MS:** elementos de análise para uma educação ambiental. 1998. 180f. Dissertação (Mestrado em Educação) Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Campo Grande. 1998.
- XAVIER, H. **A Percepção Geográfica do Turismo.** São Paulo: Aleph, 2007.

Recebido em 17/11/2015  
Aceito em 22/03/2016