



**DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS  
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

**ISRAEL CARLOS DE SOUZA BORGES**

**POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO  
MORRO DE SANTO ANTÔNIO DE LEVERGER/MT**

**CUIABÁ-MT  
2021**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

### POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO MORRO DE SANTO ANTÔNIO DE LEVERGER/MT

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

#### BANCA EXAMINADORA



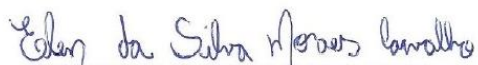
---

Profa. Ma. Rejane Pasquali  
(Orientadora – IFMT)



---

Profa. Ma. Angela Maria Carrion Carracedo Ozelame  
(Examinadora Interna – IFMT)



---

Profa. Ma. Elen da Silva Moraes  
(Examinadora Interna - IFMT)

Data: 29/07/2021

Resultado: Aprovado

# POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO MORRO DE SANTO ANTÔNIO DE LEVERGER/MT

Israel Carlos de Souza Borges<sup>1</sup>  
Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Ma. Rejane Pasquali<sup>2</sup>

## Resumo

O presente trabalho apresenta o estudo da possibilidade do desenvolvimento turístico no Morro de Santo Antônio, localizado no município de Santo Antônio de Leverger – em Mato Grosso. O Morro de Santo Antônio é uma elevação natural, por onde tem ocorrido a visitação de pessoas. Através de um roteiro de pesquisa que guiou a obtenção de informações visando identificar a possibilidade de aproveitamento sustentável, histórico e cultural e que resultou no apontamento de uma série de situações problemas que dificultam a transformação do local em um produto turístico. Foram pesquisadas 77 pessoas que aceitaram participar, inclusive, através do Google Forms, expondo a motivação da visita ao Morro de Santo Antônio e suas impressões. Os dados coletados foram transformados em informações e apresentados em 5 gráficos. Foram apontadas algumas dificuldades ou problemas para o desenvolvimento regular da atividade turística e que estão mensurados no Quadro 1. que requerem a atuação do Poder Público. Os gráficos permitem demonstrar a percepção dos visitantes do patrimônio e seu potencial turístico. O estudo permite concluir que o Morro de Santo Antônio possui dificuldades devido aos problemas apontados e a necessidade da atuação do Poder Público para a transformação do local em atrativo turístico.

**Palavras-chaves:** Morro de Santo Antonio. Turismo Histórico. Turismo sustentável.

## Abstract

This work presents the study of the possibility of tourist development in Morro de Santo Antônio, located in the municipality of Santo Antônio de Leverger – in Mato Grosso. The Morro de Santo Antônio is a natural elevation, where people have visited. Through a research script that guided the obtainment of information to identify the possibility of sustainable, historical and cultural use, which resulted in pointing out a series of problem situations that hinder the transformation of the place into a tourist product. 77 people who accepted to participate were surveyed, including through Google Forms, exposing the motivation of the visit to Morro de Santo Antônio and their impressions. The collected data were transformed into information and presented in 5 graphs. Some difficulties or problems for the regular development of the tourist activity were pointed out and that are measured in Table 1. that require the action of the Public Power. The graphics allow to demonstrate the visitors' perception of the heritage and its touristic potential. The study allows us to conclude that Morro de Santo Antônio has difficulties due to the problems pointed out and the need for action by the Government to transform the place into a tourist attraction.

**Keywords:** Morro de Santo Antonio. Historical Tourism. Sustainable tourism.

---

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá.

<sup>2</sup> Professora Orientadora. Mestre em Turismo e Docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá do Curso de Bacharelado em Turismo e Eventos Integrado. [rejane.pasquali@cba.ifmt.edu.br](mailto:rejane.pasquali@cba.ifmt.edu.br)

## 1. INTRODUÇÃO

O município de Santo Antônio de Leverger e o Estado de Mato Grosso possuem diversos atrativos naturais que podem ser aproveitados turisticamente, podendo incrementar a geração de emprego e renda e colaborando para a preservação dos locais quando bem planejados e geridos. O Morro de Santo Antônio é um destes atrativos naturais, pois, possui relevância histórica e paisagística, podendo ser tratado como um produto turístico a ser desenvolvido, porém, necessitando ainda de estudos para melhor detalhamento de seu potencial e consequente uso.

O aproveitamento turístico de recursos naturais, como o Morro de Santo Antônio, deve ocorrer a partir de um planejamento contínuo, participativo, descentralizado e pormenorizado, que consiga considerar as necessidades, as peculiaridades e as expectativas de cada um dos elementos envolvidos em sua cadeia produtiva, desta forma, sendo capaz de agregar valor ao turismo local e regional, proporcionando a conservação do meio ambiente.

O problema que este estudo toma como base é como trabalhar o interesse turístico que há em torno do Morro, agregando desenvolvimento, geração de emprego e renda e, conservação do ambiente natural.

Neste sentido, tem-se como objetivo realizar um estudo sobre as possibilidades de aproveitamento do Morro de Santo Antônio de Leverger como um produto turístico. Para isso identificou-se o perfil atual dos visitantes do Morro e as características da visitação, para assim verificar os possíveis motivos que o tornam um potencial ainda pouco explorado turisticamente e sugerir melhorias para o uso turístico.

Justifica-se a realização desta pesquisa tendo em vista o fato de ser um patrimônio natural, de significado histórico para o Estado de Mato Grosso e que estando localizado em um ponto geográfico privilegiado, o Morro de Santo Antônio ainda é subutilizado como produto turístico, resumindo-se em visitas de moradores dos municípios circunvizinhos, gerando poucos empregos e consumindo poucos recursos ou produtos criados e gerados na região. O estudo pode apontar possibilidades e modos de melhor o uso do potencial turístico do Morro de Santo Antônio.

Este estudo se caracteriza como pesquisa bibliográfica devido a utilização como fontes artigos científicos. Possui natureza exploratória de forma quali-quantitativa mediante observação de vários autores que abordam o turismo, o turismo sustentável, histórico e cultural. A pesquisa quali-quantitativa apresenta duas abordagens. Primeiro se realiza a abordagem qualitativa para melhor compreender o fenômeno, seguida pela quantitativa, onde se

dimensiona o fenômeno estudado através dos dados a serem coletados mediante a aplicação de questionário aos visitantes.

Para a realização desta pesquisa o primeiro procedimento foi a revisão bibliográfica, com a leitura sistemática das obras referenciadas. Foram durante as leituras feitas anotações e registros e serviram para a formação do referencial teórico que sustenta este trabalho.

Aplicou-se um roteiro de pesquisa para colher dados sobre as visitas *in loco* que aconteceram no Morro de Santo Antônio, cujas respostas encontram-se analisadas e representadas graficamente, bem como, um questionário de aplicação via Google Forms. Neste roteiro de pesquisa constaram perguntas fechadas destinadas a conhecer quem visita, sua procedência e quais produtos locais consomem, entre outras informações que possam ser coletadas.

Em outra fase da pesquisa foram analisados os dados coletados através do roteiro de pesquisa com aplicação dos elementos teórico-metodológicos selecionados e das categorias analíticas, efetuando-se uma sistematização geral e articulando novos aspectos.

Segundo Denzin e Lincoln (2006, p. 15), “[...] pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem”.

De acordo com Manzato e Santos (2021) na condução da pesquisa quantitativa para objetivando a melhor utilização dos dados coletados através de questionário, com o o objetivo aplica-se para a apuração das opiniões explícitas dos entrevistados. O questionário representa um meio eficaz de obter informações uteis para a pesquisa por meio de questões fechadas”, com alternativas de respostas no intuito de se obter aquela que melhor representa o ponto de vista da pessoa entrevistada. A padronização das perguntas confere maior precisão na tabulação dos resultados.

Devido à pandemia da COVID-19 (Sars-CoV-2), o roteiro de pesquisa foi aplicado mediante consulta por meios eletrônicos, tais como: e-mail, WhatsApp, Google Forms.

Para desenvolver este estudo aplicou-se o método indutivo (Gil, 2008) devido a necessidade de partir de situações particulares ao Morro de Santo Antônio promovendo uma generalização e para a realização do texto do trabalho de conclusão de curso, o método dissertativo, ainda que possam acontecer incidentalmente outros métodos, tais como, o histórico e o comparativo.

## 2. TURISMO E DESENVOLVIMENTO

A importância do turismo se deve aos benefícios socioeconômicos aos residentes do local, do destino, da região e do país. Trata-se de uma das formas antigas de desenvolvimento e de relações entre pessoas, comunidades e povos. Há em comum nas diversas ocorrências um elemento, ou seja, um produto que capta o interesse daqueles que não o dispõem e desejam consumi-lo e para isso se dispõem a deslocar-se de seu ambiente natural para outro, temporariamente (DIAS, AGUIAR, 2002).

Sendo o turismo uma atividade de deslocamento de pessoas é possível localizar na sua etimologia a língua francesa seu significado relacionado a volta – tradução literal de *tour*. A língua portuguesa, assim como a francesa, possui raiz latina e por isso, a adição do radical “ismo” passa a ter o significado de sair e retornar a local, ou seja, ao ponto ou produto turístico (BARRETO, 1995).

Compreende-se que a atividade turística é fomentada a partir das singularidades do lugar. São os elementos presentes nele que motivam as pessoas a se movimentarem para alcançarem o local e os bens e serviços. Os turistas se deslocam em busca de algo novo, diferente ou exótico. O desenvolvimento da atividade turística se dá em face às motivações de visita e a avaliação que fazem dos bens e serviços disponibilizados (OPPLIGER et al, 2016)

O conceito de turismo merece diversos tratamentos e considerações em relação aos autores, mas, no entanto, embora não sejam consensuais, todos eles, se complementam entre si para expressar a real dimensão do significado da atividade. Desse modo é inegável que se trata de um fenômeno socioeconômico, uma vez que, ao realizar deslocamentos temporários e voluntários de pessoas, acabam consumindo produtos e serviços e incrementando a economia e modo de vida das populações locais. A questão que passa a ser pensada é a sustentabilidade, ou seja, os riscos da atividade promover impactos ou consequências irreparáveis ou de incapacidade de absorção pelo sistema e acabar por inviabilizá-lo ou promover a perda de seu interesse (MOTA, 2007).

Santo Antônio de Leverger, município onde se encontra localizado o Morro de Santo Antônio, integra o segundo maior bioma da América do Sul, o cerrado, que é considerado um *hotspot*<sup>3</sup> mundial de biodiversidade, devido apresentar extrema ocorrência de espécies endêmicas ao mesmo tempo em que sofre elevada perda de habitats. Somente a avifauna desse bioma compreende aproximadamente 837 espécies (MMA, 2011).

---

<sup>3</sup> Refere-se a relevância ecológica que possui vegetação diferenciada da restante e, consequentemente, abriga espécies endêmicas

Devido o Morro de Santo Antônio estar situado nas proximidades de Cuiabá e Várzea Grande, sendo a primeira a capital do Estado e a segunda, a sede de aeroporto, respectivamente, permite-se afirmar que o atrativo pode ser identificado como um possível ponto de parada de turistas (início ou fim da viagem) e que tem a condição de ocupar o tempo ocioso se for lhes apresentado o Morro de Santo Antônio como um atrativo turístico, desde que amparado em infraestrutura receptiva adequada. A elevação natural e a localização permitem que se tenha condições de observação de aves, considerando que os observadores de aves, também chamados de *birders* ou *birdwatchers*, constituem-se no maior grupo de observadores de vida silvestre do planeta e o que mais cresce nesse setor. O Morro de Santo Antônio poderá constituir-se em uma base para o desenvolvimento dessa atividade turística (MOURÃO, 2004).

Ao se optar por desenvolver a atividade econômica do turismo está se propondo capitalizar divisas e aceitando responsabilidades em relação à conservação do bem ou produto turístico, além de atuar para a qualidade de vida da sociedade. O turismo tem-se caracterizado como alternativa de lazer ou de tempo livre e se transformando em atividade diferente e superior capaz de alimentar a economia e promover o desenvolvimento social e cultural do local onde ocorre (BENI, 2007).

Assim, torna-se necessário verificar o deslocamento que ocorre no Morro de Santo Antônio e qual ou por qual tipo de turista e sua motivação. Vale mencionar que todos os visitantes podem ser considerados como turistas, mas, nem todos os viajantes são visitantes e por isso nem todos integram as estatísticas de turismo. Para entrar nas estatísticas deverão não exercer atividade remunerada no local.

A Organização Mundial do Turismo (2021) considera como turista toda pessoa, sem qualquer distinção, que permaneça pelo prazo mínimo de vinte e quatro horas e pelo prazo inferior a um ano, com a finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos peregrinações religiosas ou negócios, mas sem a intenção de estabelecer-se definitivamente naquele local. Em relação a viajantes, estes são todas as pessoas consumidoras de serviços turísticos e estão divididos em três categorias, respectivamente, turista, excursionista e visitante. No caso do excursionista são os visitantes temporários e que não chegam a pernoitar na localidade turística.

A tendência é da consideração de turista toda pessoa que se desloque de seu ambiente (local onde reside ou trabalha) e se dirija para outro, com a finalidade de realizar atividades, consumir bens e serviços característicos do turismo. Conceitualmente, no entanto, embora desenvolva a mesma atividade, o turismo difere por permanecer mais tempo que vinte e quatro horas e consumir bens e serviços locais, ou seja, oferece essa vantagem econômica. A própria

expansão da atividade encontra-se relacionada diretamente ao desenvolvimento econômico, a concentração urbana, aos meios de comunicação e transporte, a qualidade de vida e ao bem-estar de um modo geral, ou seja, as pessoas que se deslocam para o turismo desejam um mínimo de estrutura que lhes ofereça segurança (MOTA, 2007).

Torna-se inviável o desenvolvimento da atividade turística sem que a população esteja disposta e preparada para receber o visitante. Existe a necessidade do envolvimento de todos. Um produto turístico deve estar qualificado para atender as expectativas nutridas por ele. Ao turista é esperada a sua satisfação e o desejo de retornar, além de levar a melhor imagem do local e das pessoas que o atenderam. Os registros que realizou através de fotos, vídeos, souvenirs, etc., somadas a recepção dispensada pelos locais, podem alimentar o desejo de um futuro retorno ou servirem para nas publicações e narrativas realizadas despertarem em outras pessoas a mesma vontade de virem a aquele local. Compreende-se que todo produto turístico seja composto por um conjunto de bens e serviços, estando estes, diretamente conectados entre si. O produto turístico é imaterial ou intangível, ou seja, o consumo dele resulta numa experiência vivencial (RUSCHMANN, 1995).

O desenvolvimento e exploração do turismo como atividade econômica necessita de planejamento coerente para o melhor aproveitamento do potencial de uma localidade ou de determinado atrativo, para transformar recursos naturais ou artificiais em produtos a serem comercializados. O turismo não é atividade que acontecesse imediatamente, mas, exige um início para que se possa ser conhecido no mercado e despertar o interesse de consumo. O planejamento da atividade turística considerando o potencial que possui o Morro de Santo Antônio poderá contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população local e projetará o desejo de novos consumidores aos bens e serviços ali ofertados (ROSE, 2002).

Pensar e planejar o turismo exige inter-relacionar fatores de oferta, tais como, atrativos e atividades turísticas, alojamentos e outros equipamentos e serviços com a demanda existente ou que se tenha a possibilidade de fomentar o seu desenvolvimento, entre estes, estão os mercados que consomem estes bens e serviços, a estruturação de equipamentos e serviços turísticos, etc (BENI, 2007).

Assim, compreende-se como atrativo turístico um bem ou produto capaz de despertar a atenção e o desejo de pessoas a tê-los ou consumi-los. São classificados em função de sua natureza, ou seja, das características que possui. No caso do Morro de Santo Antônio é uma elevação, sofreu pouca intervenção humana e além de sua contribuição para a história de Mato Grosso, oferece uma visão paisagística privilegiada. Uma das preocupações com o turismo são as possibilidades de impactarem negativamente sobre o local mudando suas características ou



prejudicando as suas finalidades. É necessário saber quantas pessoas por dia e por quanto tempo pode ser suportado pelo local, sem impactar negativamente. A partir da maior sensibilização o turista valoriza a preservação e o controle dos impactos ambientais e tem desenvolvido a procura por locais e produtos que tenham esse compromisso de proteção (CORIOLANO, 2001).

A capacidade de carga se refere ao processo de densificação de pessoas nos mesmos destinos turísticos. Muitas pessoas visitando o mesmo local, na mesma hora e superior a capacidade do ambiente suportar, sem que cause abalo ou alterações nas suas características que lhe conferem valor e atratividade. A necessidade de observar a capacidade de carga ocorre quando se dá a massificação da oferta criando o turismo de massa e que decorre da preocupação em maximizar os benefícios econômicos da atividade, sem, preocupar-se com os efeitos das mudanças rápidas de ordem econômica, social e ecológica. Para evitar a superação da capacidade de carga se tem o monitoramento e controle de acesso das pessoas ao local turístico. A aferição da capacidade de carga se dá através de estudos biológicos embasados em dados objetivos capazes de alcançar a determinação do nível de uso que o entorno é capaz de suportar, ou seja, de absorver. O conhecimento da capacidade de carga é fundamental para o desenvolvimento do planejamento turístico (RUSCHMANN, 1995).

Entende-se, logo como sendo atrativo turístico todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo, motivando assim, deslocamento humano. Os atrativos turísticos constituem a oferta turística diferenciada de uma região, ou seja, é algo com características únicas capazes de causar o desejo de consumo e que promove o fluxo turístico (SEBRAE, 2021).

Para se enquadrar como atrativo turístico o Morro de Santo Antônio, portanto, precisa despertar o desejo de pessoas a se deslocarem até ele e usufruírem do bem natural e os serviços que oferece. Entre os elementos de atração que o Morro de Santo Antônio carrega estão os atrativos naturais, tais como, a paisagem do Cerrado e do Pantanal Mato-grossense.

Definem-se como atrativos naturais as mais diversas paisagens; incluindo sua biodiversidade, suas formações geológicas e corpos d'água. Esses atrativos demandam o gerenciamento do homem e, na medida do possível, a preservação de sua forma original. Por sua vez, os atrativos culturais referem-se às atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2006).

Em termos econômicos, atrativo turístico deve ter ou gerar demanda por bens e serviços. Assim, o Morro de Santo Antônio para deixar de ser potencial e constituir-se em atrativo turístico deve ser munido de equipamentos e serviços de turismo para atendimento da demanda turística. Nesse sentido, entende-se por demanda turística: “[...] o número total de pessoas que viajam, ou desejam viajar, para utilizar facilidades e serviços turísticos em lugares distantes do

seu local de trabalho e residência (MATHIESON; WALL, 1988, p. 16).

Observa-se que o turismo exige deslocamento de pessoas, a existência de bens e/ou serviços disponibilizados, o que pressupõe, portanto, organização e planejamento. Para esclarecer em que se constitui a demanda turística, entre os vários conceitos, pode-se mencionar o que Beni (2007, p. 238) afirma que “[...] sendo a viagem um movimento entre dois pontos (emissor e receptor), verifica-se que a demanda turística é demanda por esse movimento, e depende tanto das características relativas a esses dois pontos quanto do custo desse movimento”.

Compreende-se como produto turístico o resultado do planejamento de diferentes setores, que precisam estarem sincronizados entre si, desta forma o produto turístico pode ser um “macroproduto”. Para ele, o macroproduto turístico relaciona-se a um destino turístico, possuindo as seguintes características: “a) heterogeneidade; b) complementaridade; c) multiplicidade; d) abstraticidade; e) o princípio da não-exclusão; f) rigidez quantitativa; g) flexibilidade qualitativa; h) não estocagem do composto de serviços; i) concentração espacial; j) imobilidade; k) descontinuidade; e l) assimetria.” Enquanto, considera que o microproduto turístico encontra-se num plano mais específico e consiste em cada um dos valores que compõem o macroproduto. Apresenta características de estar vinculados às dos componentes do serviço a ser prestado com o objetivo de gerar valor turístico (LEMOS, 1999, p. 97).

Ainda vinculado a temática pesquisada, tem-se a necessidade de compreender o conceito de ecoturismo como sendo: [...] um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem estar das populações envolvidas (BRASIL, 1994).”

A busca por espaços com ambientes naturais preservados fez surgir na década de 1960 o termo ecoturismo. Diz-se assim, em razão da preocupação da atividade turística em buscar causar o mínimo impacto sobre o meio ambiente e sobre as culturas locais, além de procurar maximizar os benefícios econômicos para as populações que recebem a atividade. Para o turista o local deverá ofertar satisfação recreacional máxima (FENNELL, 2002).

O crescimento do ecoturismo coincide com a maior sensibilização da sociedade em função da necessidade de proteger e preservar patrimônios do impacto que a atividade turística pode causar, sobretudo, quando o volume de visitas é superior a capacidade do meio em suportar e absorver seus efeitos. Trata-se de turistas com um nível de formação e sensibilização de sua responsabilidade maior e por isso aceita e procura novas formas de fruição desses bens, sem os destruir ou deteriorar (CAMPOS, 2005).

O ecoturismo se caracteriza como uma espécie de resposta da atividade turística aos problemas causados pelo turismo de massa. Demonstra que a exploração econômica da atividade, normatizada e controlada com regras claras e fiscalização eficiente para que o uso não seja capaz de gerar danos ambientais, descaracterizando o ambiente e reduzindo o seu significado cultural, social, histórico e ambiental. Neste tipo de atividade turística ocorre uma busca pelo contato com a natureza, quanto mais preservada e conservar suas características singulares será maior o potencial de atratividade. O Morro de Santo Antônio possui essas características de preservação e de maior contato com a natureza, podendo ser organizado para acolher os ecoturistas. Não existe ecoturismo sobre ambiente deteriorado ou que a atividade venha a deteriorar, o que não significa que deixe de requisitar a alocação de equipamentos e serviços para acolher e ofertar melhor conforto ao visitante (MOLINA, 2001).

O ecoturismo possui uma função didática, portanto, ao oferecer ao visitante o contato com a natureza e promover-lhe a sensibilização para a conservação deste e de outros patrimônios ambientais, mesmo com a sua exploração econômica. Vale destacar que o ecoturismo produz efeitos positivos e é capaz de contribuir para a conservação através da educação e informação dos visitantes de tal modo a causar a conscientização e responsabilidade pela preservação ambiental (NEIMAN, 2002).

Ao se projetar a atividade turística no Morro de Santo Antônio, há que se observar as medidas sugeridas por Ruschmann (1995), em relação as restrições de acesso, ao plano de desenvolvimento, a determinação de cotas ou de custos para a instalação de equipamentos receptivos, o exercício efetivo do poder conferido as autoridades e sua responsabilização.

Determinados bens possuem a característica de se constituírem em páginas abertas da história de um povo, região ou país. O local se identifica com a história e para aprofundar o conhecimento aliado aos benefícios do deslocamento ocorre a fusão entre turismo e historicidade dando origem ao turismo histórico ou cultural (BORGES, 2015)..

O desenvolvimento das cidades aos poucos se vai construindo novas histórias que precisam ser preservadas e visitadas para não caírem no esquecimento. O Morro de Santo Antônio possui uma importância histórica para o município de Santo Antônio de Leverger e para o Estado de Mato Grosso. Trata-se de um símbolo natural que ajuda a compreender a Guerra do Paraguai e a participação brasileira que a seguir passa-se a melhor defini-lo e sua contextualização histórica.

## **2.1 Morro de Santo Antônio de Leverger/MT**

A Guerra do Paraguai ocorreu entre setembro de 1864 e março de 1870, envolveu de um lado o Paraguai e de outro, Argentina, Brasil e Uruguai (tríplice Aliança). Na época o Brasil entre todos os envolvidos era a única monarquia. Os deslocamentos no conflito davam-se predominantemente pela via aquática, ou seja, através dos rios. Neste caso, o rio Cuiabá é contribuinte do Pantanal e era vastamente utilizado para as diversas atividades econômicas da Província com as demais. A intensificação dos combates e a localização geográfica de Cuiabá levaram a necessidade de constituir uma defesa para possível ataque paraguaio (AMORIM, 2021).

O valor histórico atribuído ao Morro de Santo Antônio deve-se a Guerra do Paraguai, onde o local serviu para que a resistência montada pudesse fazer vigilância sobre a planície a partir do topo do Morro situada em posição estratégica. Assim, o sinal de uma fogueira acesa avisaria a chegada dos paraguaios, contudo, nem a fogueira foi acesa, nem as tropas de Solano Lopes subiram o Rio Cuiabá, por ser período de seca. Localizado no município de Santo Antônio de Leverger, Estado de Mato Grosso foi o local escolhido por constituir-se uma elevação que permitia uma grande visibilidade sobre o rio Cuiabá e por ser percebido de grande distância haveria de ser acesa uma fogueira para avisar os brasileiros da presença do inimigo. Embora tenha sido utilizado com este propósito, não houve a chegada belicosa do inimigo. Esse é o componente histórico. No entanto, a exuberância do Morro de Santo Antônio extrapola e vai além, constituindo-se em atrativo de visitação pela beleza cênica e a proximidade com as cidades de Santo Antônio, Cuiabá e Várzea Grande tem motivado deslocamentos não ordenados e que podem causar impactos negativos ao local. Como se trata de uma unidade de conservação é necessário que se obtenha uma autorização do órgão responsável, no caso, da Secretaria de Estado do Meio Ambiente (SEMA). Para o visitante estar legalmente no local deverá realizar uma solicitação ao órgão indicando o período que estará, a finalidade e a ciência de que obedecerá às restrições do local (AMORIM, 2021; MATO GROSSO, 2020).

O conteúdo histórico enseja a possibilidade de desenvolver o turismo cultural e por outro lado, a altitude contribui para o turismo de contemplação devido a paisagem e ao visual que proporciona. Para que se tenha a preservação desse patrimônio natural e histórico, inclusive, dos impactos com o controle do número de pessoas e atividades que podem ser desenvolvidas.

A consideração como monumento natural levou o Morro de Santo Antônio a ser reconhecido pela Lei Estadual 8.504, de 9 de junho de 2006. Desse modo, insere-se na categoria de unidade de conservação e ganha a proteção integral.

A Lei Federal no 9.985, de 18 de julho de 2000 instituiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação – SNUC, onde foram estabelecidos critérios e normas para a sua criação,

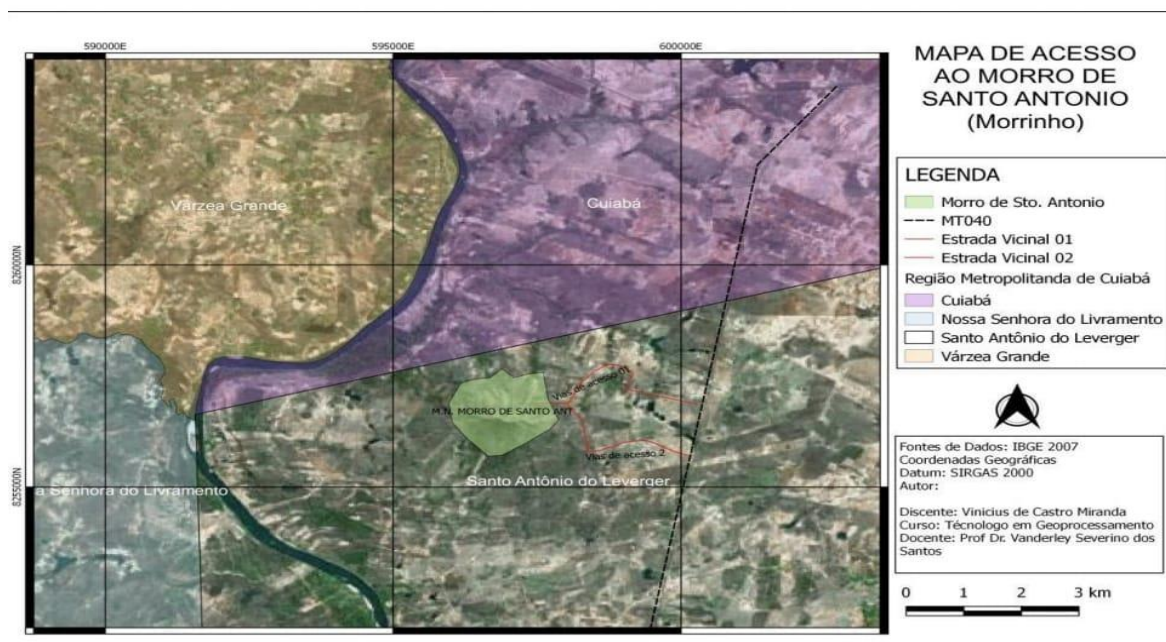
implantação e gestão das unidades de conservação, que no caso do Morro de Santo Antonio cumpriu-se. Nela foram definidas por unidades de conservação o "[...] espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, que tem definidos objetivos de conservação e limites, sob especial regime de administração, ao qual se aplicam adequadas garantias de proteção" (MOTA, 2021, p. 1).

Categorias contempladas na legislação brasileira são área de proteção ambiental; área de relevante interesse ecológico; estação ecológica; floresta nacional; parque nacional; refúgio de vida silvestre; reserva biológica; reserva de desenvolvimento sustentável; reserva extrativista, monumento natural e reserva particular do patrimônio natural. Esta última diferencia-se das demais pela iniciativa ser do proprietário e não do Poder Público.

Destaque-se que a categoria de monumento natural foi criada encontra-se em conformidade com o artigo 12º da Lei 9.985/2000 e por isso, o Monumento Natural Morro de Santo Antonio é administrado pelo Poder Público estadual. Esse tipo de proteção é destinada a sítios naturais raros, singulares ou de grande beleza cênica, inclusive, podendo ocorrer sobre áreas particulares. No caso do Morro de Santo Antônio é dotado de fitofisionomia savânica e encontra-se bioma Pantanal. Caracteristicamente o Pantanal pode ser descrito como sendo uma extensa planície que ocupa parte dos Estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul e alcança os territórios do Paraguai e da Bolívia. Essa planície, como o nome indica, é um pântano e sujeito a alagamento nos períodos de chuva (MATIAS, 2021).

Assim, os visitantes devem estar cientes e compromissados com as restrições legais, sendo vedada a abertura de novas trilhas, realizar qualquer tipo de caça ou captura de animais, desmate ou coleta de espécies vegetais, utilização de artefatos de fogo ou explosivos, poluição sonora, extração de minerais, bem como, o lixo gerado deve ser coletado para que não cause impactos ambientais não absorvíveis pelo sistema (MATO GROSSO, 2006).

Figura 1- Mapa de acesso ao Morro de Santo Antonio



Fonte: Miranda, 2007.

Por isso é necessário conhecer o perfil do turista que visita o Morro de Santo Antônio, para que se possa planejar adequadamente a recepção, como e quais produtos estão disponibilizados, bem como, a forma com que podem usufruir. Interessante saber que se faz necessário ter ciência do perfil do turista para o planejamento das estruturas necessárias para o uso adequado e ao mesmo tempo, a conservação do bem dos riscos de ser impactado possa sofrer a descaracterização e ter a perda de interesse.

A não organização para a recepção e a ausência de controle e fiscalização eficiente desencadeiam consequências negativas, entre elas, a possibilidade da tentativa de estabelecer novas trilhas, sendo que já existe um total de sete. O problema delas é a ausência de planejamento e de segurança, além é claro, do impacto causado pela intensidade da frequência pelos usuários. Outro aspecto que requer o planejamento e adequação para a exploração turística é o sistema de coleta de lixo, a responsabilização civil e criminal por pichações e focos de incêndio (MATO GROSSO, 2021).

A seguir, na figura 2, apontam-se as trilhas já existentes no Morro de Santo Antonio, em Santo Antonio do Leverger e que serve, também, para destacar a imponência do monumento natural.

Figura 2 – Mapa das trilhas do Morro de Santo Antonio



Fonte: Google Eart, 2021.

A utilização adequada do local como um atrativo turístico foi debatida e até apresentado um projeto arquitetônico, em 2014, quando a capital recepcionou uma das fases da Copa do Mundo. O projeto não evoluiu e o local se encontra com falta de infraestrutura adequada que permita o desenvolvimento de um turismo sustentável ambiental e economicamente viável (MATO GROSSO, 2021).

A seguir encontram-se imagens do Morro de Santo Antônio, obtidas por este pesquisador, que podem demonstrar seu potencial e problemas decorrentes da ausência de fiscalização e controle pelo Poder Público.

A figura 3, apresenta a imponência do Morro de Santo Antônio na paisagem local, rodeado por uma planície tipo savânica. Do topo do Morro de Santo Antônio é possível ter uma visão panorâmica do pantanal mato-grossense. Essa elevação serviria para a vigília contra uma possível subida das tropas paraguaias utilizando o leito do rio Cuiabá. O Morro de Santo Antonio destaca-se e pode ser observado a considerável distância. Por outro lado, de seu topo de tem uma visão privilegiada da região onde está inserido.

Figura 3: A imponência do Morro de Santo Antônio





Fonte: Borges, 2021.

O Morro de Santo Antônio é próximo das cidades de Santo Antônio de Leverger, de Várzea Grande e Cuiabá e por isso possui acesso facilitado. A figura 4, apresenta as condições da estrada de acesso ao Morro de Santo Antônio.

Figura 4: Via de acesso tendo ao fundo o Morro de Santo Antônio



Fonte: Borges, 2021

Ao chegar ao topo do Morro de Santo Antônio, conforme pode ser observado na figura 4, o visitante tem uma visão panorâmica, sem a necessidade de utilização de equipamentos para aumentar a visibilidade.

Figura 5: Visão panorâmica do Morro de Santo Antônio





Fonte: Borges, 2021

Ao entardecer a visão do Pantanal Mato-grossense projetam imagens únicas. A figura 5, traz esse momento em que o sol vai se pondo no horizonte. Como se trata de uma elevação, ao entardecer ocorre uma mudança na temperatura, com ligeira queda, tornando ainda mais agradável à visita.

Figura 6: Visual do pôr-do-sol no Morro de Santo Antônio



Fonte: Borges, 2021

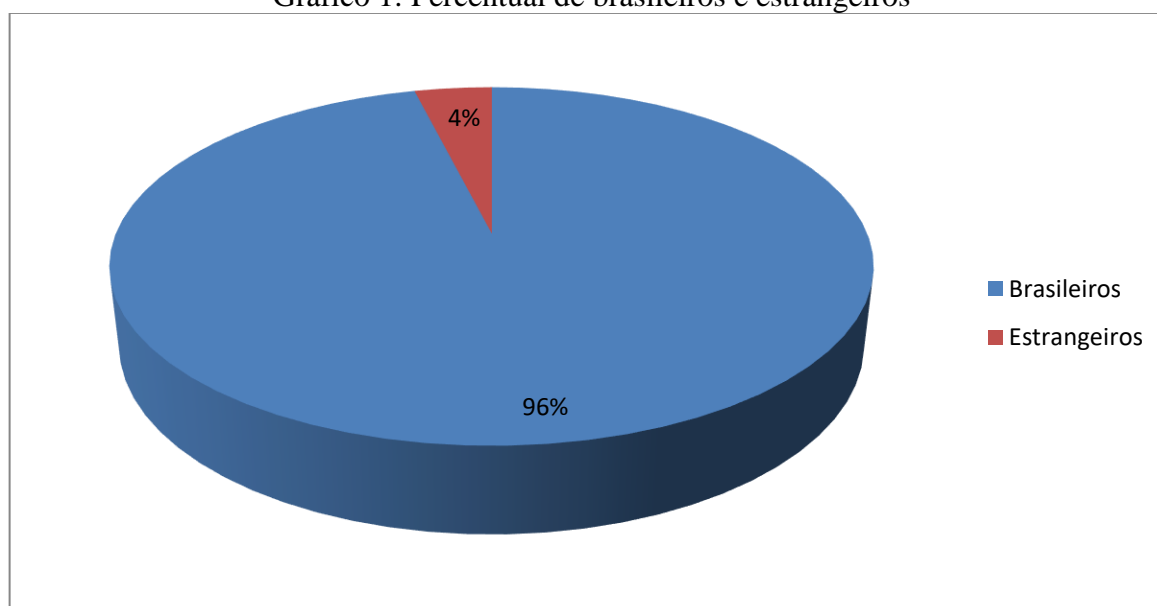
Há sempre algo novo a ser descoberto em cada visita ao Morro de Santo Antônio, pela paisagem natural exuberante e pelas transformações que se processam nas cidades próximas.

### **3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Aceitaram participar da pesquisa voluntariamente, sendo preservadas suas identidades, um total de 77 pessoas, sendo 62 de pessoas que estavam visitando no momento o Morro de Santo Antonio (presencial) e 15 através do *Google Forms* (não presencial). Para melhor distribuição da amostragem foram aplicados na sexta-feira, sábado e domingo, incluindo a diversificação de horários, dias 26, 27 e 28 de fevereiro de 2021, nos três períodos, manhã, tarde e noite. Já as respostas obtidas pelo *Google Forms* foram obtidas no período de 01 a 05 de junho de 2021. Cabe ainda, salientar que os turistas estrangeiros entrevistados estavam acompanhados de pelo menos uma pessoa que falava o idioma português, neste caso, intermediando a pesquisa como intérprete. Entre os pesquisados através do *Google Forms*, destes 8 eram do sexo masculino, 7 feminino. A faixa etária entre todos os pesquisados oscilou entre de 25 a 45 anos.

Os gráficos 1 e 2 foram elaborados com os dados obtidos através da primeira pergunta aplicada respectivamente: De que país, estado e cidade o (a) senhor (a) veio?

Gráfico 1: Percentual de brasileiros e estrangeiros

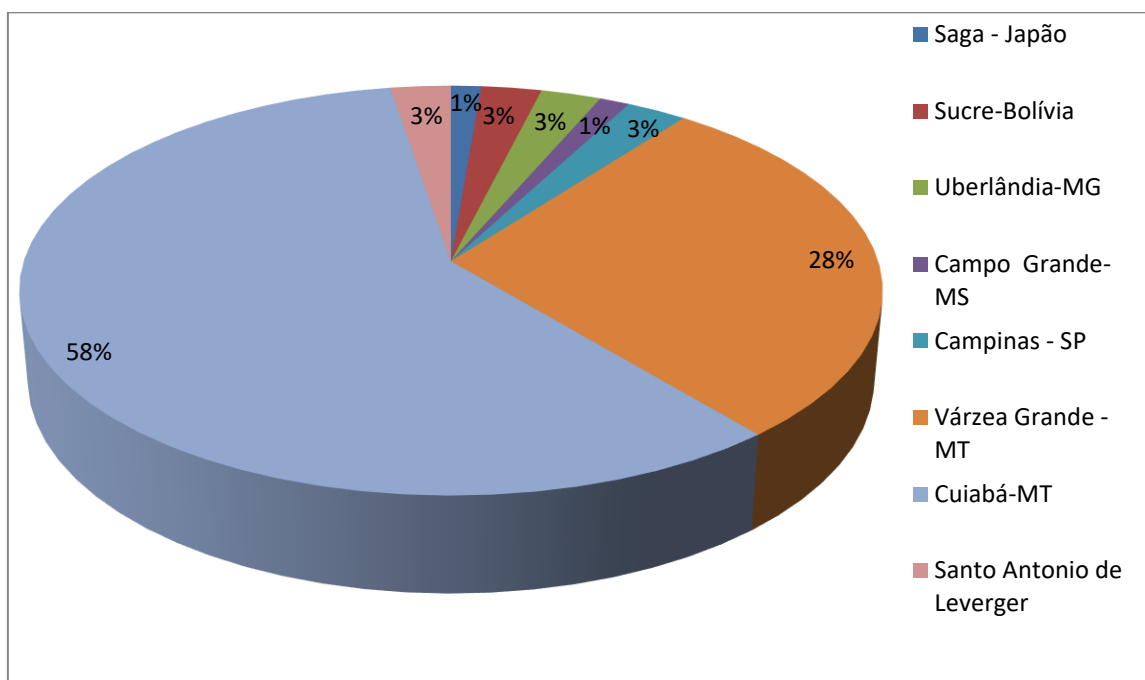


Fonte: Borges, 2021.

O Gráfico 1 revela a predominância de brasileiros (96%) sobre outras nacionalidades de visitantes. É possível que este fato esteja associado a outros fatores que serão mais adiante examinados. Existe a possibilidade dos estrangeiros serem residentes no país, considerando que no Estado de Mato Grosso ocorreu, durante o período do evento Copa do Mundo a imigração. Ainda que assim seja, a percepção de uma pessoa de outro país é importante, pois, traz um olhar diferenciado sobre a realidade pesquisada. A partir dos dados coletados tem-se no gráfico 2 a procedência do visitante, no caso brasileiro, com a cidade de origem e dos estrangeiros, seu

país.

Gráfico 2: Procedência do visitante



Fonte: Borges, 2021.

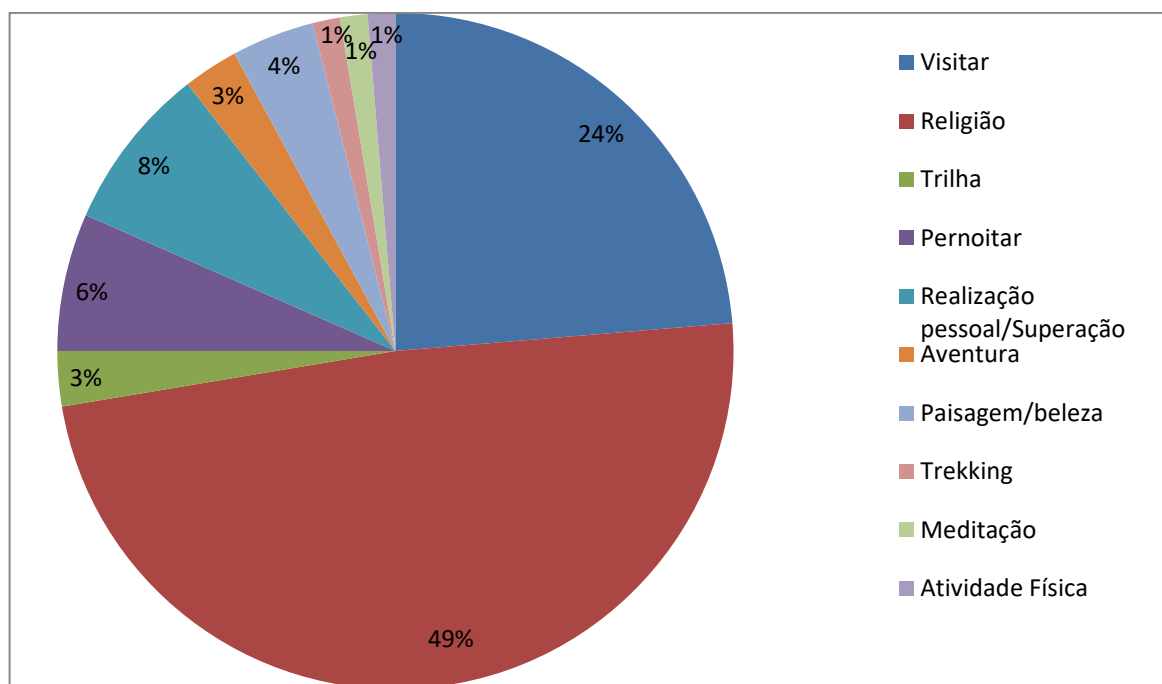
O Gráfico 2 traz a informação de que os visitantes são majoritariamente constituídos de 45 cuiabanos correspondendo a 58%, do total de pesquisados. Esse percentual é compreensível pela proximidade do local e pelo fato de ser a Capital e a maior cidade do Estado. Seguido por Várzea Grande com 22 pesquisados e correspondendo a 28% e, sendo a segunda maior cidade do Estado e está próxima ao Morro de Santo Antônio. Na sequência se tem em menores quantidades dois respondentes e que residem nas cidades de Sucre, Santo Antonio de Leverger, Campinas e Uberlândia alcançando o percentual de 3% e por último Campo Grande com um participante e alcançando 1%. Entre os países, dois visitantes tinham procedência de Sucre, na Bolívia alcançando o percentual de 3% e um de Saga, no Japão e que correspondeu a 1%.

Os visitantes bolivianos e brasileiros estavam acompanhados de parentes locais, por outro lado, o visitante de Saga, Japão encontrava-se acompanhado de representantes de empresa com subsidiária no Brasil. Os parentes conduziam os visitantes a diferentes locais durante a estadia e uma destas escolhas recaiu sob o Morro de Santo Antônio. Esses dados podem indicar que a visita foi conduzida por pessoas residentes no Estado, ou seja, não se tratam de visitantes que se dirigiram exclusivamente com a finalidade de conhecer e usufruir do local e suas potencialidades.

Buscou-se conhecer melhor a motivação dos visitantes ao Morro de Santo Antônio. Isso

é importante para que se tenha ou se faça o planejamento e abordagem destinada a fidelizar essas visitas e, na medida em que não impacte sobre o meio ambiente e o descaracterize, que se aumente o fluxo de pessoas. As informações permitem ainda, que se tenha melhores condições de programar atividades em conformidade com a demanda identificada. Assim, essas informações encontram-se dispostas no Gráfico 3.

Gráfico 3: Motivação da visita



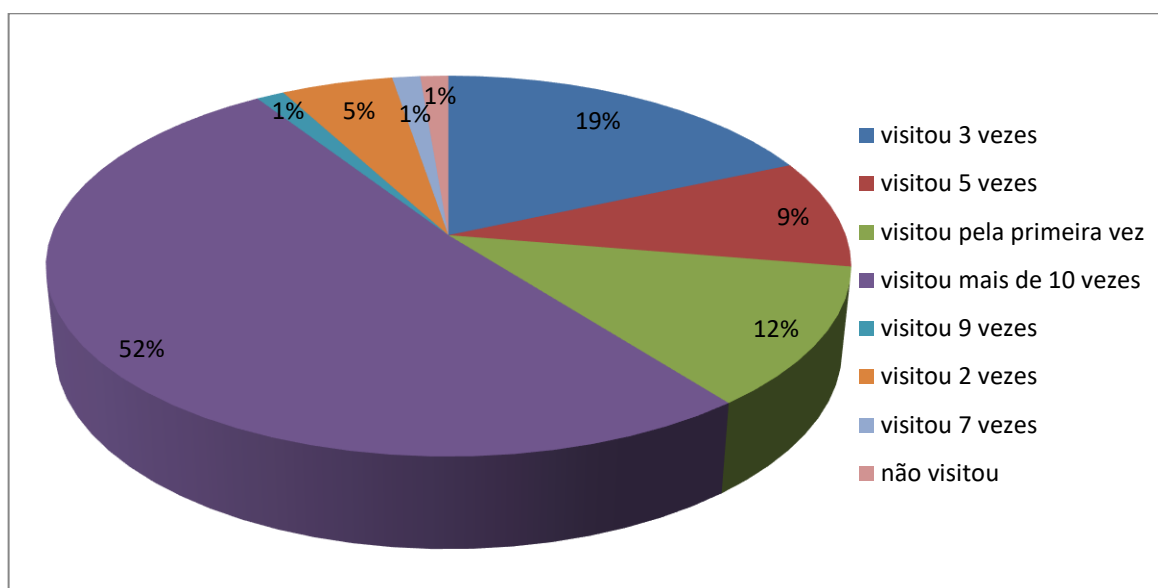
Fonte: Borges, 2021.

No Gráfico 3, ocorre a constatação de que 37 pessoas tem visitado o Morro de Santo Antônio com finalidades religiosas correspondendo a 49%, conforme responderam ao serem inquiridas. Pode, complementarmente, ser verificado que é possível identificar no local sinais característicos de cultos realizados em outras datas. Por religiosidade ou não, o interesse pelo local aponta a visita sem a devida coordenação e transformação em atividade econômica organizada. Destaque-se que o turismo religioso em todo o mundo se destaca com um daqueles que consegue movimentar maior número de pessoas e gera emprego, renda e desenvolvimento local. Vale mencionar que não se constitui objetivo desta pesquisa identificar credos, mas, a motivação da visita. Entre as diversas motivações para a visita encontram-se três que para lá se dirigem para contemplarem a beleza que a paisagem local exhibe correspondendo ao percentual de 3%. Para realizarem um para praticar trekking ou 1% e um para desenvolver atividades físicas perfazendo 1%, ou ainda, seis para realização pessoal alcançando a 8%, um para meditação correspondendo a 1% e cinco para pernoitar ou 7%; dois por aventura

perfazendo 3% e para visitar/conhecer 18 pessoas correspondendo a 24%, mas, em comum, se observa que todos buscam aquele local pela suas características naturais.

Como ocorreu da pesquisa trazer informações que podem não constituir uma verdade absoluta, mas, apenas representativo do momento da pesquisa, por isso, deve ser mais bem analisada os dados apresentados pelo Gráfico 4, indicando o número de visitas que realiza ao local, ou seja, de que o curto intervalo de tempo não prejudique o resultado. O número de visitas revela o interesse das pessoas pelo local e as suas potencialidades, ou seja, o retorno ao local. O turismo religioso possui essa característica das pessoas retornarem ao mesmo local mais de uma vez. Esse conjunto de informações coletadas pode ser útil e empregada com a finalidade de organizar o planejamento e recepção e, se for o caso, da expansão do número de visitantes, agregando valor através do consumo de bens e serviços locais.

Gráfico 4: Número de vezes que visitou o local



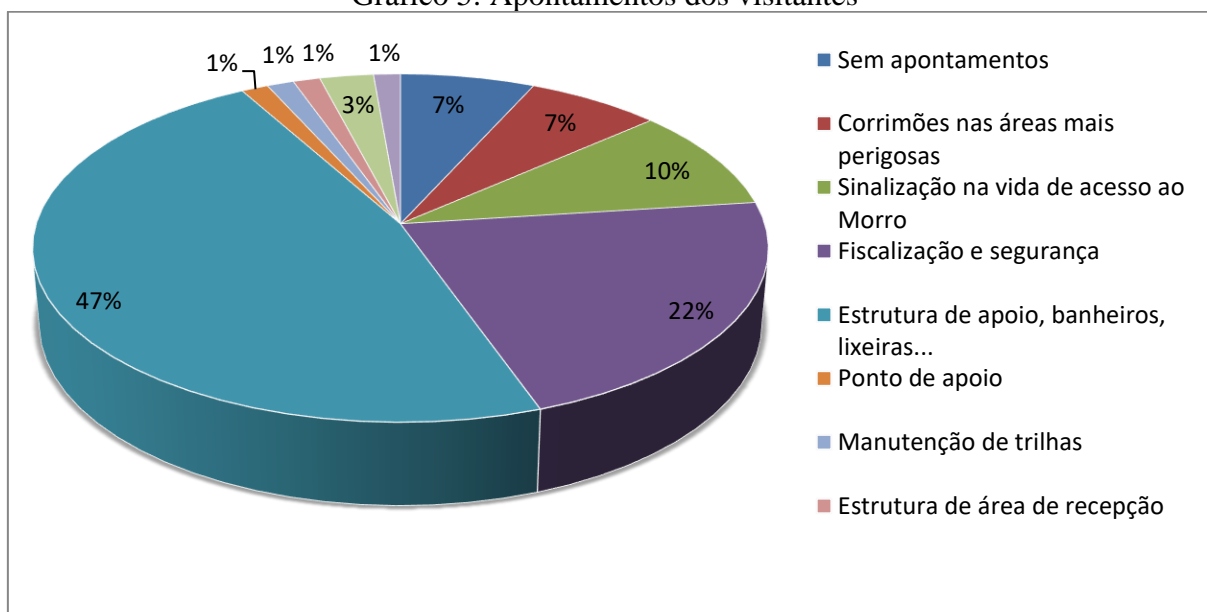
Fonte: Borges, 2021

O Gráfico 4 revela que a maioria das pessoas que conhecem o Morro de Santo Antônio repetiram a visita. Um percentual acentuado, como pode ser observado no Gráfico 3 e Gráfico 4, devido a fatores relacionados a religião, tem marcado presença com maior assiduidade. Tem-se no Gráfico 4 que, 52% dos pesquisados já visitaram o Morro de Santo Antonio mais de dez vezes; 12% visitaram pela primeira vez; 9% visitaram cinco vezes; 19% visitaram três vezes; 5% visitaram duas vezes; enquanto que respectivamente 1% visitaram sete vezes; 1% visitaram nove vezes; 1% não visitaram. O fato de haverem retornos significa que o Morro de Santo Antonio oferece possibilidades de desenvolvimento e constituir-se em um produto turístico a ser explorado pelo município de Santo Antônio de Leverger. As pessoas que visitam esse local

percebem que haveria uma maior significação econômica para a atividade se estivessem presentes determinados investimentos, notadamente, em equipamentos e infraestrutura para a recepção do visitante.

Diante disso o Gráfico 5 irá reportar-se a essa infraestrutura percebida pelos visitantes e não disponibilizadas no Morro de Santo Antônio enquanto produto turístico. As pessoas desejam, enquanto turistas usufruir de bens e serviços de turismo com segurança, conforto e com qualidade de vida, não apenas de si, mas, de todos os envolvidos na atividade. Os locais de desenvolvimento do turismo apresentam melhorias na qualidade de vida dos residentes que além dos recursos econômicos que podem ser gerados, também dispõe da estrutura e dos equipamentos implantados. A percepção das necessidades de melhorias apontadas no Gráfico 5, por serem de visitantes, ou seja, externas, podem apontar realidades que passam despercebidas ou que não são dimensionadas adequadamente e por isso, não recebem o tratamento que deveriam. Para quem realiza o planejamento e organização desses locais, esses apontamentos são de grande relevância.

Gráfico 5: Apontamentos dos visitantes



Fonte: Borges, 2021.

No Gráfico 5 infere-se que uma grande parcela de visitantes percebe a necessidade de uma estrutura de apoio mais abrangente (47%) juntamente com uma fiscalização (22%); 10% sinalização mais efetiva; 7% corrimões; 3% estacionamento, e 1% indicaram outras necessidades estruturais do Morro de Santo Antonio. . Observa-se ainda que, 7% das pessoas que aceitaram participar da pesquisa não tiveram condições de apontar melhorias ou possuem falta de informação sobre os reflexos que essas causam na conservação do parque, no incremento na visitação e no desenvolvimento da atividade de turismo. Somam-se as

informações obtidas mediante o Google Forms, que trazem contribuições importantes como a estrutura de recepção, questões de implantação de equipamentos ou de melhorias para a segurança, estacionamento para melhor conforto do visitante. São apontamentos em que é possível passar a compreender as dificuldades de transformar o Morro de Santo Antonio, em Santo Antonio de Leverger em um atrativo turístico. O Quadro 1, permite ter uma melhor compreensão desses apontamentos e problemas identificados.

Quadro 1: Problemas e apontamentos

<b>Problema</b>	<b>Apontamento</b>
As pessoas sobem ao Morro de Santo Antônio sem autorização. Não tem fiscalização	Processo de autorização legal para visita não é prático. Necessita ser solicitado com antecedência pela SEMA e por isso, muitas pessoas sobem ao Morro, sem autorização;
Não tem estrutura de apoio	Falta de ponto de apoio aos visitantes e barreiras de proteção
Guias de turismo.	Exige a contratação de guia junto a alguma agência de turismo, quem não tem condições passa dificuldades de visitação.
Ausência de pavimentação asfáltica na via de acesso constituída por estrada vicinal.	Parte do deslocamento ocorre por via com pavimentação em boas condições, mas, a via vicinal que leva ao Morro de Santo Antônio não apresenta boas condições de rodagem devido aos buracos e o excesso de poeira levantado pelo tráfego;
Sinalização	Incompleta e confusa, necessitando que muitas vezes os novos visitantes tenham que utilizar de tecnologias GPS ou perguntar aos locais para não errar a direção
Estacionamento	Em situação de abandono, não oferecendo qualquer segurança para as pessoas ou aos veículos;
Controle de entrada e saída de visitantes	Não existe
Banheiros	Não existem
Placas informativas sobre legislação ambiental e	Não existem sobre a utilização de fogueiras, descarte de lixo, etc;

regulamentação do Morro	
Trilhas sem demarcação e péssimo estado de conservação. O nível de dificuldade dessas trilhas não demarcadas é de moderado a alto	Existem muitas trilhas demarcadas no morro, dentre elas algumas que levam a locais de extremo risco para aqueles desacompanhados de guia ou que desconhecem o caminho mais indicado para a subida.
Falta de segurança	Não presença de policiamento regular
Telefonia/Internet	Dificuldade de captação de sinal das operadoras
Área de recepção organizada	Ausência de local com banheiros, bebedouros, segurança na entrada, guias turísticos disponíveis no local
Subida segura e lugar para comprar coisas	Não existe um local para comprar água, alimentos, etc
Barras de segurança nas laterais	Inexiste barras de segurança nas laterais das trilhas em locais mais acidentados, escorregadio
Capacidade de carga	Necessidade de determinação da capacidade de carga que não impacte o meio ambiente

Fonte: Borges, 2021.

O conjunto de informações deste quadro remetem a constatação que a atuação do Poder Público e daqueles que usufruem desse bem, em termos de organização, controle e fiscalização está aquém do devido, o que prejudica a própria visitação e a preservação desse patrimônio. A primeira constatação é que as normas limitadoras de acesso e controle são mais expectativa que real aplicação ou dotadas de alguma efetividade, portanto, inócuas.

A ausência de guias de turismo é outro indicativo de que o local possui visitação espontânea, sem controle e sem perspectiva de geração de emprego e renda que é uma das características desejáveis do turismo. O quadro retrata a falta de sinalização demonstrando desorganização e ocasionando dificuldades para o visitante usufruir da melhor maneira dos bens e serviços que estão disponíveis.

Mencione-se também que, o estacionamento que deveria ser um facilitador para quem lá se dirige com seu veículo, uma vez que não existe linha de transporte coletivo regular, deveria oferecer conforto e segurança e o quadro aponta situação de abandono. Além disso, como a estrada vicinal de acesso não é pavimentada, no período de chuvas dificulta o acesso com determinados veículos. O Morro de Santo Antônio não possui qualquer serviço de controle de entrada e saída de visitante, infraestrutura básica como banheiros, bem como o cuidado com as trilhas e sem demarcação criam dificuldade e insegurança ao visitante.



O quadro acima representa a necessidade do Poder Público ouvir ou buscar o assessoramento de profissional do turismo para que desenvolva um planejamento, após estudo do potencial, da forma e dos recursos necessários a viabilizar a atividade com a qualidade e segurança desejável.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do exposto, foi possível concluir que o Morro de Santo Antônio é um local de grande potencial turístico, tendo em vista que, conforme demonstrado no gráfico 1, já vem recebendo visitas de turistas de outros Estados do Brasil e até estrangeiros, mostrando certa notoriedade ao público externo. Contudo, o mesmo gráfico mostra a inexpressividade da quantidade de turistas externos à região, evidenciando uma falta de estrutura atrativa e apoio ao turista por parte do governo do Estado, observações essas evidenciadas nos dados obtidos através do gráfico 5, no qual foi exposto o resultado das oportunidades de melhorias apontadas pelos entrevistados.

Mesmo com os problemas identificados, há grande adesão pela visitação ao morro pelo público regional, conforme o Gráfico 2, ratificando o grande potencial turístico e econômico desperdiçado em relação ao morro.

Outro dado relevante obtido através do questionário aplicado foi exposto pelo gráfico 3, no qual evidenciou a importância do morro para eventos de cunho religioso para a região, e o constante uso do local por fiéis, explicando assim um dos motivos do local ser bastante visitado pelo pessoal da região.

Através das observações durante a pesquisa de campo, foi possível chegar às seguintes sugestões de melhoria para fomentar a atividade turística no Morro de Santo Antônio, tal como se encontra evidenciado no Quadro 1.

Assim, é correto afirmar que o Morro de Santo Antônio é um bem com potencial turístico, que precisa de estrutura e planejamento para se constituir em um produto de interesse turístico a ser trabalhado pelo segmento, incrementado emprego, renda e desenvolvimento a região, além de colaborar para a sua preservação.

## **5. REFERÊNCIAS**

AMORIM, Lucas Gabriel. **Subida em Morro de Santo Antônio deve ter autorização da**

**SEMA.** Disponível em: <http://www.mt.gov.br/-/12428334-subida-em-morro-de-santo-antonio-deve-ter-autorizacao-da-sema>. Acesso em: 16 jan 2021.

**BARRETO, M. Manual de iniciação ao estudo do turismo.** Campinas: Papirus, 1995.

**BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo.** São Paulo: SENAC, 2007.

**BORGES, Vera Lúcia Bogéa. Turismo Histórico-Cultural:** Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2015.

**BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Turismo cultural: orientações básicas.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Diretrizes para uma política Nacional de Ecoturismo.** Brasília: MIT. 1994. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br>. Acesso em: 10 jul 2021.

**BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Situação da Diversidade Biológica Brasileira.** In: Quarto relatório nacional para a Convenção sobre a Diversidade Biológica: Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2011..

**CAMPOS, Angelo Mariano Nunes. O ecoturismo como alternativa de desenvolvimento sustentável. Caderno Virtual de Turismo,** v. 5, n.1, 2005. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/75/70>. Acesso em: 20 abr 2021.

**DIAS, R; AGUIAR, M. R. Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições.** Campinas: Alínea, 2002.

**DUARTE, Rosélia. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo.** Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/PmPzwqMxQsvQwH5bkrhrDKm/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 10 jun 2021.

**FENNELL, David A. Ecoturismo: Uma introdução.** São Paulo: Contexto, 2002.

**GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

**LEMONS, Leandro. Turismo: que negócio é esse?: Uma análise da economia do turismo.** Campinas: Papirus, 1999.

**LEVERGER. História do município de Santo Antônio de Leverger.** Disponível em: [jan 2021www.leverger.mt.gov.br/Institucional/Historia-do-Municipio](http://www.leverger.mt.gov.br/Institucional/Historia-do-Municipio). Acesso em: 10 jan 2021.

**MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa.** Disponível em: [http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino\\_2012\\_1/ELABORACAO\\_QUESTIONARIOS\\_PESQUISA\\_QUANTITATIVA.pdf](http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf). Acesso em: 13 jul 2021.

**MATHIESON, Alister; WALL, Geoffrey. Tourism: economic, physical and social impacts.** London: Longman, 1988.

**MATIAS, Átila. Pantanal. Brasil Escola.** Disponível em: <https://brasilescuela.uol.com.br/brasil/o-pantanal.htm>. Acesso em: 6 ago 2021.

**MATO GROSSO. Assembleia legislativa. Lei 8.504/2006. Institui a Unidade de conservação Monumento Natural Morro de Santo Antonio.** Disponível em: <https://www.al.mt.gov.br/>. Acesso em: 14 jan 2021.

\_\_\_\_\_. **Projeto de infraestrutura.** Disponível em: <https://www.al.mt.gov.br/midia/texto/49/deputado/projeto-de-infraestrutura-para-o-morro-de->

santo-antonio-e-apresentado/visualizar. Acesso em: 14 jan 2021.

MATO GROSSO, PORTAL. **Morro de Santo Antônio**. Disponível em: <https://portalmatogrosso.com.br/morro-de-santo-antonio/>. Acesso em: 11 jan 2021.

MOLINA E, Sergio. **Turismo e ecologia**. Bauru: EDUSC, 2001.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

MOTA, Pedro Marcelo da Costa. **Unidades de conservação e a função social da propriedade**. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-ambiental/unidades-de-conservacao-e-a-funcao-social-da-propriedade/>. Acesso em: 4 ago 2021.

MOURÃO, R. M. F. (org.) **Manual de melhores práticas para o ecoturismo**. Rio de Janeiro: FUNBIO; Instituto ECOBRASIL, Programa MPE, 2004.

NEIMAN, Z. (org.). **Meio Ambiente, Educação e Ecoturismo**. Barueri: Manole, 2002.

OPPLIGER, Emilia Alibio et al. **O potencial turístico para a observação da avifauna em três áreas verdes na cidade de Campo Grande, MS**. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbtur/v10n2/1982-6125-rbtur-10-2-274.pdf>. Acesso em: 23 abr 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Disponível em: <http://www.world-tourism.gov>. Acesso em: 03 jul 2021.

RUSCHMANN, Doris. **Marketing turístico: um enfoque promocional**. 2 ed. Campinas: Papyrus, 1995.