

O turismo na microrregião da Bodoquena – MS

Paula Guimarães¹
João dos Santos Vila da Silva¹

¹Embrapa Informática Agropecuária - CNPTIA
Av. André Toselo, 209 - Caixa Postal 6041
13083-886 - Campinas - SP, Brasil
paula.guimaraes09@gmail.com
joao.vila@embrapa.br

Resumo: O turismo é uma atividade bastante lucrativa quando instalada com planejamento. O artigo investiga o turismo nos municípios da Microrregião da Bodoquena em Mato Grosso do Sul e analisa porque somente Bonito se destaca no turismo na Serra da Bodoquena. O estudo revelou que a localidade além do turismo de natureza também tem potencial para o turismo histórico, já que ocupa uma posição demasiadamente estratégica no Brasil e na América Latina. Além disso, com a análise foi possível agrupar os municípios em três classes diferentes desse segmento: Turismo Histórico, Ecoturismo e uma classe mista de Turismo Histórico e Ecoturismo. Ademais, concluiu-se que Bonito apesar de seu sucesso devido ao uso do City Marketing, também precisa se fortalecer unindo-se aos municípios de sua classe e investir mais em infraestrutura, uma vez que, sua posição de destaque vem sendo ameaçada por outros destinos turísticos no Brasil. Sugere-se o fortalecimento do polo turístico da Serra da Bodoquena, incluindo Bonito, Jardim e Bodoquena.

Palavras –chave: Turismo, Bonito, Microrregião, Bodoquena, Citymarketing.

Abstract: Tourism is a very profitable activity when installed with planning. In this context, this article investigates tourism in the municipalities of the Bodoquena Microregion in Mato Grosso do Sul and analyzes why only Bonito stands out in tourism in the Bodoquena Mountain Chain. The study showed that the Bodoquena Microregion in addition to nature tourism also has the potential for historical tourism, since it occupies a very strategic position in Brazil and Latin America. It was possible to group the municipalities into three different classes of tourism: Historical Tourism, Ecotourism and a mixed class of Historical Tourism and Ecotourism. It was concluded that Bonito, despite its success due to the use of City Marketing, needs strengthening, joining the municipalities of its class and investing more in infrastructure, since its prominent position is being threatened by other tourist destinations in Brazil. It is suggested the strengthening of the tourist center of Serra da Bodoquena, including Bonito, Jardim and Bodoquena.

Keywords: Tourism, Bonito, Microregion, Bodoquena, Citymarketing.

1.Introdução

O Mato Grosso do Sul faz parte de uma região demasiadamente estratégica tanto no Brasil quanto na América do Sul, visto que, localiza-se bem no centro desta (**Figura 1**). O estado faz divisa com outros cinco estados brasileiros (Mato Grosso, Goiás, Minas Gerais, São Paulo, Paraná) sendo que parte desses estados com o qual faz divisa, constituem o principal centro consumidor e industrial do Brasil. Além desses estados, o Mato Grosso do Sul faz fronteira com outros dois países (Bolívia e Paraguai), estabelecendo-se também em um importante eixo de comercialização latino-americana. Toda essa integralização é possível porque no sul mato-grossense além dos modais de ferrovia e rodovia, é possível também interligar-se a demais localidades através do modal de hidrovia. Dessa forma, o estado consolida-se em um dos principais acessos da porção meridional do continente americano e também da Mercosul.

Segundo a divisão territorial Brasileira elaborada pelo IBGE a microrregião da Serra da Bodoquena localizada no sudoeste do Mato Grosso do Sul é constituída por sete municípios, os quais são: Bela Vista, Bodoquena, Bonito, Caracol, Guia Lopes da Laguna, Jardim e Nioaque. A localidade como um todo possui um potencial bastante promissor ao turismo em especial ao turismo de natureza bastante famoso devido ao município de Bonito. Contudo, nessa área existem outros municípios (Jardim e Bodoquena) que podem apresentar essa mesma capacidade ao ecoturismo, mas, atuam somente como suporte a Bonito. Este, apesar do destaque nesse setor, já se encontra ameaçado com outros polos turísticos, em São Paulo, Minas Gerais e Mato Grosso. Assim sendo, a união com outros municípios que apresentam as mesmas potencialidades turísticas poderia ser interessante para Bonito, já que, além de fortificar o destino turístico em questões de competitividade com outras localidades do Brasil a região poderia melhorar a economia local criando diversos empregos dentro da cadeia produtiva que o turismo pode oferecer. Dessa forma, o estudo procurou investigar as possíveis atrações dentro de Jardim e Bodoquena e também procurar entender o porquê destes atuarem apenas como suporte a Bonito. Além disso, como a microrregião não é formada somente por esses três municípios, a análise apresentada no trabalho procurou ir além e, também averiguar o que os demais municípios integrantes da localidade podem oferecer com relação ao turismo, uma vez que, durante a coleta de dados não foram encontrados trabalhos que sondassem as potencialidades de todos os sete municípios da microrregião. É interessante ter esse viés, porque essa inspeção pode ser inovadora no quesito de explorar informações que antes não foram abordadas por outros pesquisadores e, contribuir para apontar a viabilidade de consolidar a microrregião como um grande polo turístico integrando os sete municípios ou pelo menos a Serra da Bodoquena. Além do mais, convém salientar que desenvolver o turismo na Serra da Bodoquena pode ser muito promissor para a região, dado a proximidade que essa localidade possui com o Pantanal.

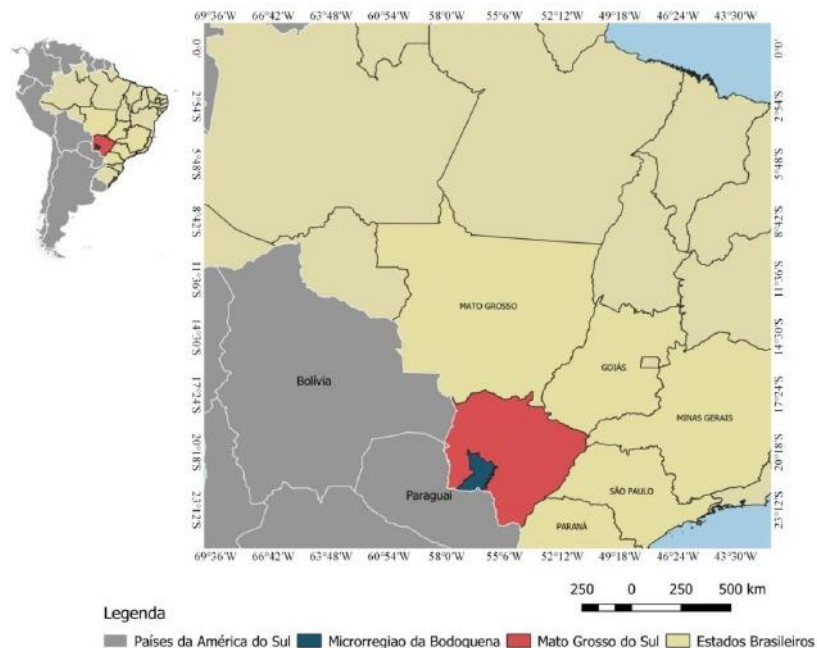


Figura 1: Localização da área de estudo dentro do Estado do Mato Grosso do Sul. Fonte de dados – IBGE 2016

2. Objetivos

O principal objetivo do trabalho consiste em entender porque somente Bonito se desponta na atividade turística na microrregião da Bodoquena, sendo que na localidade também existem outros municípios com potencial ao turismo de natureza. Além disso, o estudo também almeja investigar as possíveis potencialidades turísticas dos demais municípios integrantes da microrregião.

3. Material e Métodos

Para obter dados a respeito das potencialidades turísticas dessas sete cidades, foram coletadas informações sobre infraestrutura local, opções de lazer, história, localização geográfica, políticas públicas, tudo em uma ampla bibliografia que está disponibilizada no final do trabalho.

O objetivo almejado era comparar os dados coletados com o município de Bonito e a partir disso elaborar um diagnóstico do que pode ser feito para que os municípios tenham a mesma visibilidade que Bonito. Ou ainda, apontar como estes poderiam integrar-se desenvolvendo um complexo de turismo ecológico ou histórico-cultural da microrregião da Bodoquena. É importante salientar que durante essa etapa de investigação dos municípios o uso de geotecnologias foi fundamental, uma vez que, foi através delas que boa parte dos dados puderam ser analisados e processados para a elaboração dos mapas temáticos contidos no trabalho. Os mapas foram confeccionados de maneira a transmitir a maior clareza possível ao leitor explorando categorias, símbolos e cores adequadas aos dados do estudo. Por vezes, um mapa temático pode parecer simplório aos olhos do telespectador final, contudo conforme salienta (Lopes HA, 2007; Lopes EA, 2007 p.2) “um mapa temático esconde do usuário final todas as dificuldades encontradas para a sua confecção, desde a escolha correta dos parâmetros cartográficos, do projeto gráfico voltado à clareza visual das formas e padrões, bem como a

busca constante da informação atualizada”. Ou seja, pode parecer trivial mas requer um grande conhecimento e parâmetros multidisciplinares para a elaboração dos mesmos.

Por conseguinte, para manusear alguns dados foi necessário efetuar download de arquivos no portal do IBGE em formato Shapefile do ano base de 2016. Os arquivos coletados no site do IBGE estavam em SIRGAS 2000(sistema de referência Geocêntrico para as Américas)no formato de coordenadas geográficas e, foram geoprocessados no software QGIS versão 3.0.Para a elaboração dos mapas das **Figuras 1 e 2** foi necessário a criação de diversas camadas vetoriais através dos shapes da América Latina, Unidades Federais Brasileiras, Microrregiões–MS e, municípios-MS. No ambiente SIG essa ação foi imprescindível para que se chegasse ao destaque desejado, no caso em questão a proeminência do Mato Grosso do Sul e da Microrregião da Bodoquena (**Figura 1**) e, destaque dos municípios da microrregião com a respectiva classificação de potencial turístico (**Figura 2**): Turismo Histórico, Ecoturismo e Turismo Histórico e, Ecoturismo.

Em contigüidade para confeccionar o mapa referente a **Figura 3**, necessitou-se primeiramente coletar informações sobre pontos turísticos dos municípios da classe c (ecoturismo – Bodoquena, Jardim e Bonito) em sites como Prodetur – MS, Tripadvisor, sites das respectivas prefeituras locais e o próprio Google Earth. Posteriormente, a cada ponto turístico foi adicionado um marcador no Google Earth com as respectivas informações geográficas sendo todos agrupados em um único arquivo. Dessa forma, ao término desse procedimento foi possível exportar os pontos em formato KML (KeyholeMarkupLanguage) para poder ser aberto em ambiente SIG e a posteriori ser convertido para shapefile e serem sobrepostos na camada com os shapes desses respectivos municípios.

4. Resultados e Discussão

Ao investigar sobre o potencial turístico dessas cidades foi possível dividi-las em três classes a saber: Turismo Histórico, Ecoturismo e Turismo histórico e, Ecoturismo. Na **Figura 2** temos as respectivas classes e a seguir as informações que foram coletadas em cada uma delas.

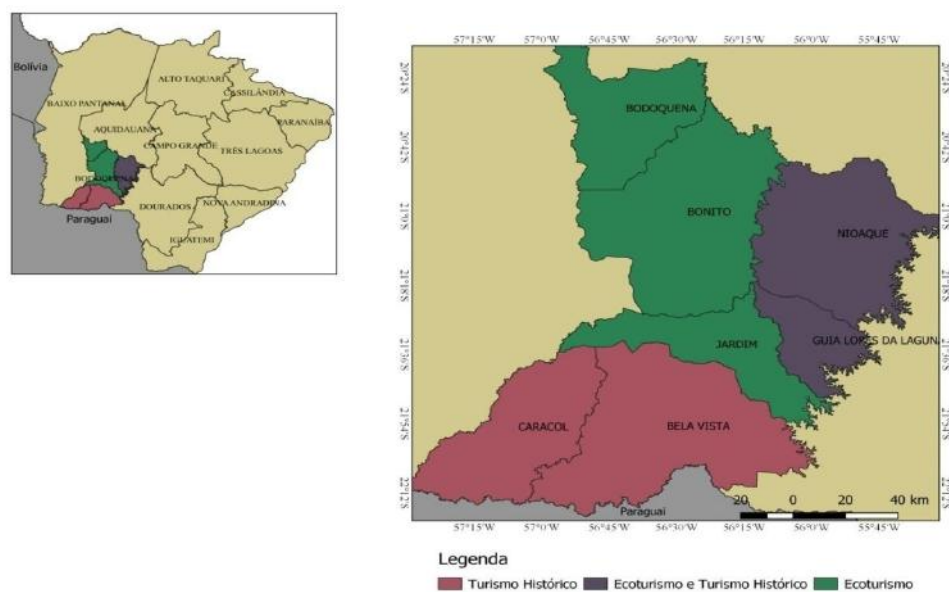


Figura 2: Localização da Microrregião da Bodoquena no Mato grosso do Sul com os municípios que a integram e sua respectiva classificação quanto ao potencial turístico.

a) Turismo Histórico – Caracol e Bela Vista

Em ambas as cidades foi difícil de encontrar informações, sendo que em Caracol o acesso foi mais restrito. Porém, assim como Bela Vista o município de Caracol é uma cidade localizada na região de fronteira com o Paraguai e, acredita-se que a cidade tenha também um potencial ao turismo histórico devido ao lugar geográfico que ocupa e a importância que este teve durante o período da Guerra da Tríplice Aliança¹. A posição de destaque dessas cidades em eixos de desenvolvimento do turismo ligando regiões importantes como o Pantanal, circuito das águas e as fronteiras poderia servir de atrativo para muitas pessoas se reconhecido o seu potencial turístico, consolidando-se em uma das portas de entrada para a microrregião da Bodoquena. Ademais, se faz necessário notar a importância histórica desse lugar e o que ele significou para o país, uma vez que, após a guerra ocorrida além do exército brasileiro se fortalecer a área em questão desenvolveu-se com destaque principalmente para atividades agropecuárias, comerciais e extração da erva mate. Todos esses fatores revelam muito sobre patrimônio histórico cultural do Mato grosso do Sul e também da América latina em si, conforme destaca Nunes (2018) a guerra do Paraguai revela muito sobre a questão das fronteiras na América do Sul, explicitando as rivalidades existentes na região e o confronto de interesses, sendo fruto da herança colonial de Portugal e Espanha em torno do controle da navegação na bacia do Prata.

b) Ecoturismo e Turismo Histórico – Nioaque e Guia Lopes da Laguna

Nessa classe há um misto de potencialidades que poderiam ser desenvolvidas. As duas cidades em questão tiveram bastante importância na Guerra contra o Paraguai, porém em ambas também há, de acordo com o levantamento elaborado pelo Sebrae (2015) uma quantidade de nascentes e corpos d'água com águas cristalinas, grutas e cachoeiras. Porém ainda faltam investimentos em infraestrutura, marketing e, práticas de conservação ambiental para que possa ser desenvolvido além do turismo histórico, também um turismo que contempla a natureza.

c) Ecoturismo – Bodoquena, Jardim e Bonito

Nessa classe estão os municípios com potencial ao turismo de natureza e, dos três integrantes da classe, Bodoquena é o menos divulgado apesar de carregar o nome da microrregião. Seu potencial para o desenvolvimento do turismo é muito grande, visto que, na cidade há diversas grutas, rios, trilhas e uma natureza bastante exuberante. Jesus et al (2015) em sua pesquisa qualitativa sobre o município recolheu informações com moradores e proprietários concluindo que ainda faltam ações de investimentos públicos para preservar e ao mesmo tempo desenvolver o turismo sustentável na região e, que uma das principais dificuldades encontradas diz respeito ao capital necessário para investir em estruturas que consigam se enquadrar em todas as normas ambientais. Além disso, Bodoquena carece de profissionais capacitados para elaborar pesquisas científicas para a definição da capacidade de carga desses lugares, trilhas adequadas, destinação correta de resíduos, bem como, qual a infraestrutura e gestão mais adequada para que seja elaborado um planejamento turístico eficiente (PDITS serra da Bodoquena, 2011).

Por conseguinte, assim como alguns municípios da microrregião, Jardim teve relação com a Guerra do Paraguai, uma vez que seu território está sob influência da bacia do Rio da Prata².

¹Esse conflito também ficou conhecido como “Guerra do Paraguai” e, ocorreu entre os anos de 1864 e 1870. Nesta guerra o Paraguai lutou contra a Tríplice Aliança formada por Brasil, Argentina e Uruguai para conquistar territórios que lhe fornecessem uma saída para o Oceano Atlântico.

²O Rio da Prata é um rio demasiadamente importante na América do Sul, sua bacia é formada pelas sub-bacias dos rios Paraná, Paraguai e Uruguai, formando a segunda maior bacia hidrográfica do mundo. Esta bacia está intimamente ligada ao processo regional de formação do Mercosul, uma vez que, se localiza numa região de divisa entre vários países e também fornece acesso ao oceano atlântico.

Apesar de seu envolvimento histórico o município foi classificado dentro do grupo de ecoturismo, devido a sua elevada abundância em recursos naturais (comparada aos outros municípios de classe mista - b) e também pela sua proximidade com Bonito. O município possui uma localização estratégica junto aos demais com nós de articulação entre as malhas de transporte e, também está localizado junto a Serra da Bodoquena proporcionando oportunidades turísticas singulares e tão boas quanto em Bonito (Sebrae, 2015). Contudo, conforme salienta Cleve (2014) o que se observa é que o município atua apenas como suporte a cidade de Bonito e, não como um polo em si, pois muitos dos turistas se deslocam para Jardim somente pelos preços mais acessíveis a hotéis. Ou seja, os visitantes desconhecem essa potencialidade que o município possui que é tão boa quanto Bonito. Um dos principais motivos desse desconhecimento ainda de acordo com Cleve (2014) é devido ao marketing que é feito de forma pontual e desorganizado resumindo-se a folders em épocas de alta temporada e, manutenção esporádica no site de turismo do município.

Em contrapartida, dentre as sete cidades dessa microrregião, Bonito é a que possui o turismo melhor desenvolvido e com renome em âmbito nacional por conta de seus recursos naturais e paisagísticos. A atividade turística no município de Bonito foi um processo gradativo, que se iniciou na década de 1970, mas, que se ampliou de fato somente durante a década de 1980 sendo elaboradas pesquisas de manejo, capacidade de carga de atrativos e, gestão ambiental (Arruda et al., 2014). Foi possível perceber através da bibliografia que Bonito obtém uma posição de destaque no cenário turístico da região, não só porque tem políticas públicas um pouco mais eficientes que os demais municípios, mas, porque também faz uso de uma estratégia chamada City Marketing. Segundo Sastre (2017) esse conceito trata-se de uma interação entre a administração pública e o território que objetiva satisfazer a comunidade e ao mesmo tempo atrair investidores para a cidade. Ou seja, a cidade acaba-se transformando em uma espécie de “mercadoria” visto que, vende-se uma imagem dela, que no caso de Bonito o rótulo é de capital brasileira do ecoturismo. Há diversas etapas da implementação do City Marketing, sendo o Web City marketing uma das formas mais comuns. De acordo com Lopes, 2012 apud Sastre 2017, cabe aos gestores das cidades desenvolver estratégias que associem, no espaço virtual, funções administrativas direcionadas para os clientes internos e funções globais projetadas para melhorar a imagem e posicionamento junto aos clientes externos. A cidade de Bonito faz muito uso desse marketing online, uma vez que, é muito fácil encontrar informações sobre o município, tais como, infraestrutura, opções de lazer com conteúdo imagéticos, hotéis, etc; tornando o acesso a este muito mais atraente e descomplicado. O alcance de Bonito está apenas a um clique do turista, diferentemente dos outros municípios da microrregião da Bodoquena. Ademais, além dessa facilidade de acesso, há na cidade um conselho Municipal de Turismo (COMTUR) com a finalidade de melhor gerenciar segmentos direta ou indiretamente no turismo, como agência de viagens, hotéis, guias turísticos, atrativos turísticos, produtores rurais e também membros do poder público local (Arruda et al 2014).

Outro ponto interessante na estratégia utilizada no turismo em Bonito, é o Voucher único que garante ao visitante a prestação dos serviços prestados, além de tornar possível coletar informações sobre o perfil desses turistas e ainda controlar a capacidade de carga. Com essas informações é possível obter uma excelência no serviço prestado, bem como, eliminar a sonegação de impostos pelos prestadores de serviços locais. Nas palavras de Arruda et al (2014 p.8): “O mais intrigante recurso, o Sistema de Voucher – enfatizado como Recurso Organizacional, dando suporte às ações de planejar, coordenar e controlar as transações do sistema turístico de Bonito, MS, peculiaridade essa que origina uma vantagem competitiva sustentada, por ser um recurso exclusivo do Sistema Turístico em questão. É necessária uma imensa complexidade de organização sistêmica para adotar tal mecanismo. Como consequência disso, percebe-se a dependência de todos os outros recursos em relação ao Sistema de Voucher

na realização da atividade turística local. Portanto é um recurso valioso, raro, custoso de imitar, e o sistema é totalmente organizado para sua exploração”.

Outro diferencial que pode ser analisado nas estratégias turísticas de Bonito é que a administração se preocupa em atrair visitantes até mesmo em épocas de baixa temporada. Segundo PDITS (2011) no inverno há um festival que ocorre desde o ano 2000 e devido ao sucesso vem ocorrendo anualmente, apresentando em sua programação diversas expressões culturais do Brasil nas áreas de música, teatro, cinema, artes plásticas e fotografia. Porém, mesmo com toda essa visibilidade e atratividade há em Bonito, também existem problemas na esfera de planejamento público. Muito de seu êxito no desenvolvimento do turismo conta com o auxílio de ONGs que suplementam o papel do estado. Essa contribuição vai desde a organização de reivindicações ou denúncias de segmentos da sociedade com relação à proteção ambiental até a coordenação de iniciativas destinadas à recuperação de áreas degradadas, como por exemplo, projetos de recuperação de matas ciliares (PDITS 2011).

Portanto, apesar do destaque do turismo de Bonito e seu elevado grau de desenvolvimento na atividade comparado aos demais municípios da microrregião a cidade também enfrenta problemas com a infraestrutura requerida para a cadeia produtiva do turismo. Ou seja, há carência de atuação dos poderes públicos municipais e estaduais na Gestão ambiental. Assim sendo, em uma análise micro Bonito se destaca sobre os demais municípios de sua região. Entretanto, seu destaque em âmbito nacional que também é grande pode ficar seriamente ameaçado se não forem feitas ações que fortaleçam a região onde a cidade se encontra.

Com o estudo foi possível elaborar um mapa (**Figura 3**) para a classe de ecoturismo, com 21 pontos turísticos incluindo balneários, cachoeiras, grutas, flutuação aquática, mergulho, etc; distribuídos entre os três municípios mostrando que também existem atrações em Jardim e Bodoquena. Essa espacialização tornou mais perceptível visualmente que existem diversos pontos de turismo em Jardim que se localizam bem próximos a divisa municipal com Bonito, o que atrelado ao fraco marketing de Jardim, corrobora para que muitos turistas julguem que essas atrações pertençam ao município de Bonito.

A região da Serra da Bodoquena ainda tem muito potencial para ser explorado, mas para que isso aconteça é necessário que ocorra uma ação em torno de uma organização político institucional. Ou seja, unir as prefeituras em planos de desenvolvimento a fim de integrar a área com o propósito do turismo, para que dessa forma criem-se setores especializados na elaboração de projetos de captação de recursos, gestão ambiental e também de um plano de marketing que possa espelhar as potencialidades da região. Em suma, conforme ressaltou o PDITS (2011): “é importante que o Polo Serra da Bodoquena crie uma marca na mente dos turistas e consumidores, não basta apenas que se lembrem da região apenas pelas suas belezas naturais, mas, também, pela forma como suas necessidades foram atendidas durante a sua estada, e isso passa não só pela diversidade da oferta de produtos e serviços locais, como pela qualidade dessa oferta”.

Assim de uma maneira geral, das três classes estudadas acima a que apresentou um potencial maior ao desenvolvimento da atividade turística caso ocorra um plano de integração entre as prefeituras, foi a classe C (formada por Jardim, Bonito e Bodoquena). Todavia, foi possível notar durante a investigação que as três classes poderiam se fortalecer entre si, formando três polos de turismo dentro da microrregião. Essa consolidação seria possível, grandes batalhas que ocorreram na região devido ao potencial hídrico na região (bacia do rio da Prata). Mas, para que se desenvolva essa marca turística da microrregião é imprescindível que isso seja um desejo dos moradores locais. Para que assim, a comunidade se una em prol de uma organização que fomente essa atividade, seja para fazer pressão perante ao poder público ou até mesmo para atrair investimentos privados que auxiliem nesse desenvolvimento.

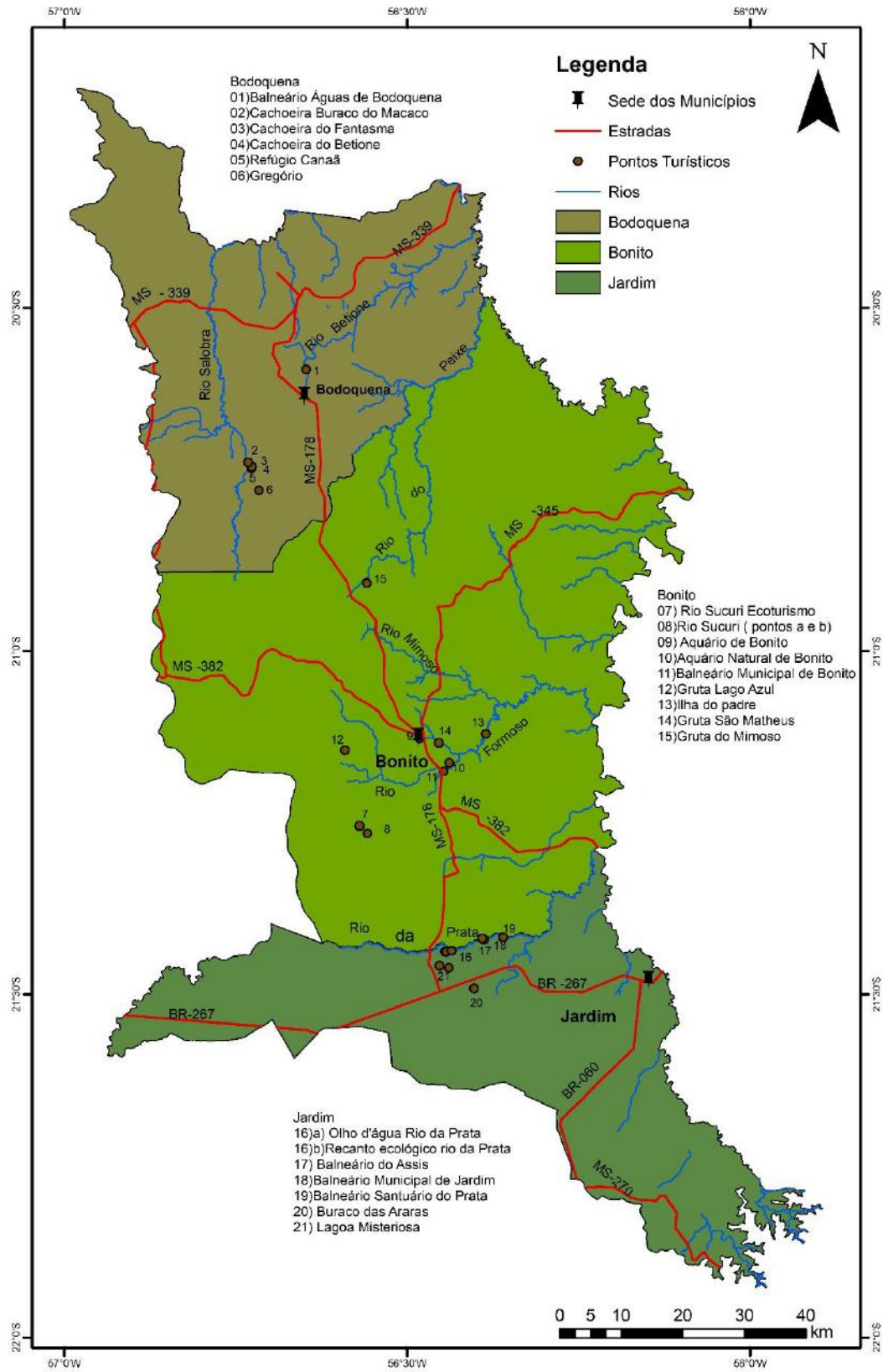


Figura 3: Mapa de pontos turísticos das cidades de Bodoquena, Bonito e Jardim.

5. Conclusões e Sugestões

A microrregião da Bodoquena localiza-se em uma zona estratégica, uma vez que é oriunda do Mato Grosso do sul e este, além de situar-se no centro da América Latina também faz divisa com importantes estados brasileiros e dois países sul-americanos.

Porém, o setor turístico ainda tem muito o que aprimorar com relação a infraestrutura, City Marketing, qualificação de mão de obra e, estudos de impactos ambientais para que esse desenvolvimento seja feito de maneira sustentável. Ou seja, para que não exista perda da qualidade dos atrativos turísticos por conta de poluição ou desmatamento a curto, médio e longo prazo. Dos sete municípios analisados Bonito é o que mais avulta-se sobre os demais, apesar disso seu sucesso encontra-se ameaçado por outros destinos nacionais.

Por isso uma sugestão interessante é a cidade se integrar com os seus vizinhos Jardim e Bodoquena afim de se fortalecer e também consolidar o polo turístico Serra da Bodoquena. Todavia, para que isso ocorra ainda falta um melhor desenvolvimento no setor turístico com articulação entre os principais destinos entre esses municípios, bem como, ligação entre os elos da cadeia desse setor para que dessa forma seja possível unir recursos em prol de um desenvolvimento comum.

Além dos fatores mencionados anteriormente, o estudo também propôs a interessante criação de outros polos que englobassem a história da região, uma vez que, esse contexto revela muito sobre patrimônio histórico cultural do Mato grosso do Sul nas atividades agropecuárias, comerciais e extração da erva mate, o que poderia exaltar ainda mais o sucesso do polo de ecoturismo sugerido na classe C - Ecoturismo.

6.Referências

Arruda, D.de O.; Oliveira, G. M de; Mariani, M.A.P. Competitividade do Sistema Produtivo do turismo em Bonito, MS, a partir de uma visão baseada em recursos. **Interações**, Campo Grande, v.15,n.2,p.399-408, jul./dez.2014.

Brasil. Mato Grosso do Sul. Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico – **Semade**. **Perfil Estatístico de Mato Grosso do Sul**. 2015 - Ano base: 2014.

Camargo, L.J.J.; Camargo, C.M.J.; Rondon, E.V.; Queiroz, H.P.B.; Favero, S. Análise da Sustentabilidade do Turismo ecológico no Município de Bonito, Mato Grosso do Sul na promoção do desenvolvimento regional. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, 23 (1): 65-75, abr. 2011.

Cleve, J.R. A organização turística do município de Jardim –MS e o seu significado no parque nacional Serra da Bodoquena. AGB. UFGD. **Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos**. ES, Ago, 2014. ISBN:978-85-98539-04-1.

Governo do Estado do Estado do Mato Grosso do Sul. Disponível em: <<http://www.ms.gov.br/>>. Acesso em: 16/05/2018.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em:<<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em 16/05/2018.

Imasul. **Ícems Ecológico: Unidades de conservação são alternativa para o desenvolvimento econômico dos municípios**. Fev, 2017. Disponível em: <<http://www.imasul.ms.gov.br/unidades-de-conservacao-sao-alternativa-para-o-desenvolvimento-economico-dos-municipios/>>. Acesso em: 07/05/2018.

Jesus, L.C de.; Santos, E.T. dos.; Philippi, D.A. O Turismo Sustentável e a Gestão Ambiental em Bodoquena – MS. Engema, 17, São Paulo. **Anais**. São Paulo. 2015.

Lopes, H.A.; Lopes, E.A. Mapas temáticos: Expressão gráfica para análise de resultados de pesquisas envolvendo espaço e tempo. **Graphica**. Curitiba, PR, 2007.

Mattos, K. **Retirada da Laguna – Turismo Histórico**. Dez. 2008. Disponível em: <<http://retiradalaguna.blogspot.com.br/2008/12/conhea-bela-vista-ms-atravs-de-cartes.html>>. Acesso em 04/05/2018.

Nunes, M. **Guerra do Paraguai e sua ideologia**. UFF. ISSN 1677-7794. Disponível em: <http://www.historia.uff.br/cantareira/edic_passadas/v4/paraguai.pdf>. Acesso em 24/05/2018.

Oliveira, L.D.; Pinheiro, L.E.L.P.; Michels, I.L. Caracterização da Cadeia turística do Mato Grosso do Sul. **Turismo em Análise**, v.20, n.2, ago. 2009.

PDITS - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável. **Serra da Bodoquena – Relatório Versão Final**. Governo do Estado de Mato grosso do Sul. Secretaria de Estado de Desenvolvimento agrário, da produção, da indústria, do comércio e do turismo – SEPROTUR. Campo Grande, MS. Dez, 2011.

Prefeitura de Nioaque. Disponível em:< <http://www.nioaque.ms.gov.br/cidade.php>>. Acesso em 04/05/2018.

Sastre, A. **O City Marketing e a experiência transmídia da prefeitura de Curitiba**. Set.2017. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/o-city-marketing-e-experi%C3%Aancia-transm%C3%ADdia-da-de-curitiba-sastre>>. Acesso em 15/04/2018.

Sebrae. **Desenvolvimento Econômico Territorial Mato Grosso do Sul: Nioaque**. Sudoeste. Dez. 2015.

Sebrae. **Desenvolvimento Econômico Territorial Mato Grosso do Sul: Bela Vista**. Sudoeste. Dez. 2015.

Sebrae. **Desenvolvimento Econômico Territorial Mato Grosso do Sul: Guia Lopes da Laguna**. Sudoeste. Dez. 2015.

Sebrae. **Desenvolvimento Econômico Territorial Mato Grosso do Sul: Jardim**. Sudoeste. Dez. 2015.

Sebrae. **Desenvolvimento Econômico Territorial Mato Grosso do Sul: Bodoquena**. Sudoeste. Dez. 2015.

Soller, M.M.L. **A atividade e o perfil do profissional no município de Bonito/MS com alternativas para o desenvolvimento local**. Dissertação (mestrado) – Universidade Católica Dom Bosco, Campo. Grande, 2006.