

REDES SOCIAIS COMO FUNDAMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO: ANÁLISE DO CASO DOS CENTROS TURÍSTICOS DE PIRATUBA E TREZE TÍLIAS, SANTA CATARINA, BRASIL

SOCIAL NETWORK ANALYSIS AS A BASIS FOR CLUSTERING POLICIES: A STUDY IN THE AREAS OF
INFLUENCE OF THE TOURIST CENTERS PIRATUBA AND TREZE TÍLIAS, SANTA CATARINA, BRAZIL

José Elmar Feger¹

Cynthia Maria de Sena Abrahão²

Virgínia Elisabeta Etges³

Recebido em 13/04/2015

Aprovado em 28/05/2015

¹ Doutor em Desenvolvimento Regional pela Universidade de Santa Cruz do Sul, professor e pesquisador do Programa de Mestrado em Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: elmar.josefeger@gmail.com

² Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, professora e pesquisadora do Programa de Mestrado em Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: cisena01@gmail.com

³ Doutora em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo com pós doutorado em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Técnica de Berlin, coordenadora do programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade de Santa Cruz do Sul. E-mail: etges@unisc.br

RESUMO

O artigo examina as relações entre os atores sociais vinculados ao turismo na região formada pelos municípios brasileiros dos estados de Santa Catarina (SC) e Rio Grande do Sul (RS), os quais estão sob influência dos centros turísticos Piratuba (SC) e Treze Tílias (SC). A investigação foi realizada sob a perspectiva da análise das redes sociais (ARS), orientada pela premissa de que a combinação entre a lógica competitiva e cooperativa é uma forma de mobilização para o desenvolvimento territorial, que se aplica sobre tudo ao fenômeno do turismo. A metodologia articula procedimentos de investigação qualitativa e descritiva, por meio da qual verificou-se que a densidade das relações entre os atores envolvidos com o turismo nesta região é pouco significativa e se concentrou nos agentes públicos. Destaca-se que a maior gama de relações entre os atores do setor privado se produz nos municípios onde o turismo é mais estruturado.

PALAVRAS CHAVE

Análise de redes sociais. Aglomeração de Turismo. Regionalização de turismo. Marcelino Ramos (RS). Piratuba (SC).

ABSTRACT

The article examines the relationships between social actors linked to tourism in the region formed by municipalities of the states of Santa Catarina (SC) and Rio Grande do Sul (RS). These are under the influence of tourist centers Piratuba (SC) and Treze Tílias (SC). The investigative journey was conducted from the perspective of social network analysis (SNA), directed by the premise that the

combination between competitive and cooperative logic is a form of mobilization of territorial development, which applies particularly to the tourism phenomenon. The methodology articulated qualitative and descriptive research procedures, through which we found that the density of relationships between the actors involved in tourism in this region is poorly significant and focused on public actors. It is noteworthy that the largest range of relations between actors in the private sector occurs in municipalities where tourism is more structured.

KEYWORDS

Social networks. Tourism cluster. Regionalization of tourism. Marcelino Ramos (RS). Piratuba (SC).

1. INTRODUÇÃO

O conceito de cluster assumiu presença hegemônica na produção teórica e na orientação dos estudos empíricos relacionados ao desenvolvimento regional desde os anos 1990. A tônica conceitual advém de uma combinação entre as lógicas competitiva e cooperativa, considerada mobilizadora do território, resultante do aumento da eficiência competitiva das aglomerações produtivas. Considera-se que as políticas de fomento aos clusters (*clustering*) sejam pertinentes e adequadas para a atividade turística. Todavia, é necessário superar a concepção tradicional, partindo da identificação dos atores, da análise das hierarquias relacionais, bem como das escalas de atuação para que se possa estabelecer expectativas mais realistas para a implementação das políticas públicas (FERNÁNDEZ-SATTO; VIGIL-GRECO, 2007; BRANDÃO, 2004).

A reflexão realizada neste artigo é consoante com esta perspectiva e traz como pano de fundo a compreensão de que as redes de atores, que articulam interesses coletivos, traduzidos na organização espacial são norteadoras do desenvolvimento turístico. Considera-se ainda, em conformidade com o suporte teórico adotado, que a identificação das características desta rede constitui um pressuposto para ações de *clustering* (BARROS, 2002). Isto posto, propôs-se nesta investigação estudar as relações entre atores na região turística que envolve 22 municípios dos estados brasileiros de Santa Catarina (SC) e Rio Grande do Sul (RS) nominados na Figura 1, que estão sob a influência dos centros turísticos de Piratuba (SC) e Treze Tílias (SC). O percurso investigativo foi conduzido pela perspectiva da análise de redes sociais (ARS).

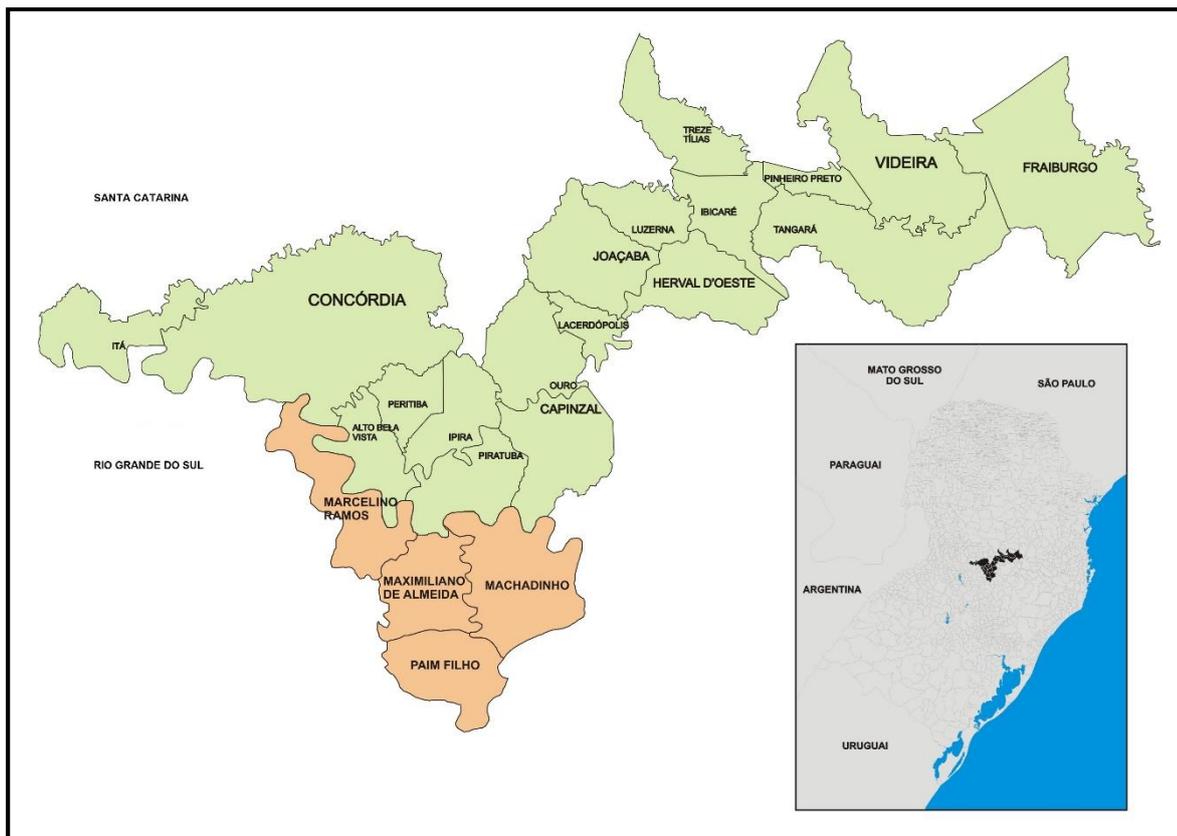


Figura 1: Mapa da área de Abrangência da Pesquisa. Escala 1:450.000. Fonte: FEGER, 2014.

O recorte proposto para o artigo procura atender ao objetivo global de analisar e determinar a importância que os atores sociais possuem na configuração das características do turismo regional com foco na região formada por municípios turísticos localizados na fronteira gaúcha e catarinense, dois estados da região sul do Brasil. Diante deste objetivo geral, a pesquisa foi orientada por meio dos seguintes objetivos específicos: Identificar os atores sociais privados, públicos e do terceiro setor que atuam no âmbito da região turística objeto de análise; verificar a densidade das relações ocorridas entre os atores envolvidos com o turismo regional; identificar os atores centrais que detém um grau de entrada elevado que permite atuarem como intermediários e contribuírem para o adensamento das relações entre os demais atores envolvidos com o turismo na região em análise.

A estrutura do artigo se constitui desta breve introdução, na sequência é realizada a apresentação dos fundamentos teóricos que dão base a análise proposta, na terceira parte é apresentada a metodologia adotada, em seguida caracteriza-se a região investigada, são apresentados e analisados os dados colhidos, culminando com as considerações finais que sintetiza os elementos derivados da investigação.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: REDES SOCIAIS E SOCIOMETRIA

A atividade econômica do turismo possui as características próprias do setor de serviços, dentre as quais se destacam intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade do produto. Ainda assim, para agregar valor detecta-se a necessidade de promover a descomoditização (GARRIDO, 2001). Além disso, as especificidades da oferta turística revelam uma propensão elevada para estabelecer encadeamentos com o resto da economia, mobilizando seus demais setores. As ligações econômicas inter-organizacionais na produção turística operam sob três formas, direta, indireta e induzida¹ (ELIAS, 2009). Neste âmbito, os ganhos competitivos auferidos por meio das economias de aglomeração tornam-se bastante relevantes, o que coloca a questão espacial no centro da análise da dinâmica econômica do turismo.

O fenômeno turístico, todavia, permanece intimamente vinculado ao território, ao espaço vivido no qual se expressa. Do ponto de vista de sua dimensão econômica exibem-se barreiras no que tange à flexibilidade na escolha dos lugares para investimento, tendo em vista a característica do produto. Isto significa que ainda que se considere a diversidade de negócios que abrange a oferta turística, é possível abordá-la como um aglomerado de empreendimentos focados no produto turístico. Blasco (1997) chama atenção para a forma pela qual as economias externas se expressam na atividade turística, ao constituírem-se como função da concentração de unidades produtivas ligadas à mesma ou similar atividade. Mas também decorrem das relações entre unidades pertencentes a atividades distintas, à medida que suas interações podem se traduzir em ganhos tecnológicos e/ou pecuniários. Tal pode ser verificado na relação entre empresas de alojamento e alimentação, ou entre estas e empresas de lazer, perfazendo inúmeras combinações possíveis. Além dessa teia de relações estão as de complementaridade naturalmente estabelecidas entre setores privado e público.

A análise da expressão territorializada das atividades econômicas do turismo resgata as reflexões advindas da economia do desenvolvimento e da geografia econômica. Para Boisier (1999), o estímulo ao desenvolvimento territorial contém um desafio extraordinário contemporaneamente, que se expressa na necessidade de lidar com o processo de abertura da economia, que por sua vez impulsiona o reposicionamento dos atores. Neste contexto, nem o sistema de preços, tampouco o

¹ As ligações diretas advêm dos gastos efetuados pelos turistas, as indiretas dos bens e serviços comprados pelas empresas turísticas e as induzidas do consumo realizado pelos donos das empresas e seus empregados.

sistema de controle estatal conseguem atuar de forma eficaz na coordenação dos interesses e ações. Para o autor, os mecanismos de coordenação em rede emergem como alternativa para esta realidade.

Markusen (2005) também destaca a importância das ciências que se ocupam do território, tanto a economia política, como a geografia econômica, ao retomarem e ponderarem o papel dos atores². Trata-se de dividir a atenção aos dois aspectos relevantes, o comportamento dos atores e o contexto de atuação. As organizações privadas constituem as principais responsáveis pela dinâmica econômica, sendo que:

[...] as corporações são, elas próprias, conjuntos de atores cujos comportamentos e decisões individuais podem constituir-se de interesse relevante, [...] As decisões empresariais sobre compra, venda, desenvolvimento de ativos e estratégias competitivas desempenham, todas elas, papéis num cenário geográfico (MARKUSEN, 2005, p.64).

Em outra perspectiva correlata, Iglioni (2001) chama atenção para a análise de Michael Porter, segundo o qual é possível relacionar as raízes da prosperidade de determinados lugares aos ambientes nacionais e regionais que facilitam e apoiam as atividades das empresas, gerando fluxos de informação, instituições, infraestrutura e formação de competências. Esta composição sustenta o que foi intitulado como vantagem competitiva.

As vantagens competitivas podem ser constituídas por meio das políticas de desenvolvimento, rompendo assim o imobilismo e a tendência à inércia que é correlata ao “desejo natural de estabilidade das firmas” (IGLIORI, 2001, p. 76). Para tanto, Boisier (1999) destaca o papel indispensável do Estado no sentido de contribuir e estimular que os atores tomem decisões com base em informações. Nesta óptica, segundo o mesmo autor, a política regional deve envolver três vetores, ordenamento territorial, descentralização política e ações de fomento ao crescimento e desenvolvimento.

² Pires, Muller e Verdi (2006) sintetizam a conceituação de ator, conforme a abordagem do economista chileno Carlos Matus, que se aplica à pesquisa em pauta. Segundo ele, o ator é um jogador, cujas ações não podem ser completamente previsíveis, possui objetivos e alguma capacidade de estabelecer estratégias com base em suas motivações. “Este ator está definido pelo vetor de personalidade, de valores, de capacidades e de motivações” (p.439).

A sustentação teórica deste artigo advém da compreensão de que as redes de atores, que articulam interesses coletivos, traduzidos na organização espacial, podem ser norteadoras do desenvolvimento turístico. Considera-se ainda, que a identificação das características desta rede constitui um pressuposto para ações de *clustering* (BARROS, 2002) e políticas de desenvolvimento territorial de forma mais ampla. Reforça-se aqui a ideia de que o território pensado do ponto de vista do desenvolvimento extrapola o aspecto da rede porque alcança o espaço abstrato no qual diferentes atores cooperam ancorados geograficamente. Deste processo de cooperação emergem soluções criativas no uso de recursos, com vistas à solução de problemas e apontamento de soluções (PIRES, MULLER e VERDI, 2006).

Importante lembrar que as redes possuem estruturas diversas, bem como níveis distintos de adensamento conforme o grau de confiança entre os atores, constituindo maior ou menor volume de capital social. Ademais, em que pese a coesão sustentada na busca de objetivos comuns é natural que existam centralidades no seu âmbito, refletindo os níveis de poder e atratividade exercidos por parte de seus membros. Neste sentido, Mizruchi (2006) sistematiza diversas abordagens que explicitam as configurações prováveis de relações em redes. Sabe-se, no entanto, que quanto menor a rigidez das relações hierarquizadas, maior o grau de horizontalidade e mais efetiva a confiança entre os atores, maior será a capacidade de dinamização das organizações e de sua performance econômica. Fernandez, Vigil e Seval (2012) traduzem estas relações de poder como relacionais, cuja compreensão é particularmente influente sobre a dinâmica do território.

No foco das relações microeconômicas, entre empresas e fornecedores, Granovetter (1985) demonstra que a qualidade das relações entre estes dois grupos atenua o ímpeto oportunista dos atores individuais, podendo em alguns casos anular esta perspectiva. Muls (2008), por sua vez, aponta que o papel do poder público passa a ser o de conformar uma ordem institucional capaz de impulsionar os diversos atores sociais a se organizarem em redes sociais, preferencialmente de conformação mais horizontalizada, ou redes de parceria, cuja regulação deve seguir os princípios da governança democrática.

A identificação da rede social gera um quadro elucidativo do ambiente social de um setor. Apresenta as inter-relações dos indivíduos e as relações de cada um com o grupo todo, além de servir como termômetro sobre o ambiente, no que tange ao fomento à atividade empreendedora e à

inovação. De acordo com Ferrão (2002), no âmbito da visão territorial da inovação fica explicitado que a produção de conhecimentos depende da interação dos múltiplos atores envolvidos e interessados no processo, tanto na esfera pública, como privada. Ademais, sabe-se que em todo setor ou grupo, existem muitas relações e subgrupos que não se evidenciam à primeira vista.

Entende-se que por intermédio da ARS, no entanto, é possível identificar vários elementos que elucidam ambos: escolhas mútuas ou recíprocas; subgrupos fechados ou coesos (panelinhas); líderes que são aceitos por vários colegas (estrelas); lideranças isoladas, não pertencentes a nenhum grupo; as pontes, ou seja, aqueles que atuam como elementos de ligação e pertencem a dois ou mais grupos (BASTIN, 1966).

Como apropriadamente destacam Rocha e Faria (2004), o processo de descentralização, que amplia os poderes dos atores locais, tanto na esfera pública, como privada, não pode ser abordado superficialmente, em função da complexidade das relações intergovernamentais características do federalismo brasileiro. Todavia, dada a especificidade do fenômeno turístico no espaço, considera-se essencial analisar a conformação desse processo, com vistas a subsidiar novas formas de intervenção, fomento ao desenvolvimento regional e à melhoria do ambiente de estímulo ao empreendedorismo e inovação.

Nessa óptica, Fukuyama (1996) reforça o valor econômico da capacidade dos atores sociais trabalharem conjuntamente em prol de causas comuns. Ocorre, como é de se supor, que este compartilhamento de ações depende do grau de confiança dos membros de uma comunidade entre si. Tal, por sua vez, decorre do compartilhamento de valores a ponto de subordinar a ação individual ao interesse coletivo. Perspectiva que se encontra presente na proposição da política pública de desenvolvimento turístico no Brasil, em especial no que se refere à tônica da regionalização (BRASIL, 2013). Nesta escala de planejamento e gestão a interação de organizações torna-se ainda mais complexa, posto que pretende ultrapassar a barreira dos limites político-administrativos que separa destinos potencialmente passíveis de serem integrados na composição de produtos turísticos que beneficiem vários municípios. Como bem destacam Dreher e Salini (2008, p.3), “os processos de desenvolvimento exigem a articulação e, principalmente, a integração para a conquista da participação da maioria das cidades que compõem o território”.

Observa-se que o programa de regionalização turística federal opera sobre princípios básicos do desenvolvimento territorial, quais sejam a cooperação intersetorial e interinstitucional, com foco na multiplicação dos ganhos derivados da sinergia dos atores. Conforme aponta Vieira (2011), o propósito central está no fomento da integração de municípios próximos, cujas características podem ser comuns ou complementares, para compor a oferta em escala regional. Os planejadores públicos adotam o pressuposto de que o potencial de multiplicação econômica gerado pelo encadeamento e articulação dos atores é capaz de estimular a ativação dos motores do desenvolvimento econômico.

Importante destacar, conforme aponta Boisier (1999), que existem evidências de obstáculos de ordem cultural marcadamente presentes nas sociedades brasileira e latino-americana, de maneira geral. Segundo o autor, nelas faltam traços culturais que coadunem com a construção das relações de confiança. Considera este fator como substancialmente relevante para a compreensão das dificuldades de assertividade das políticas de desenvolvimento que menosprezem os aspectos relativos à cultura. Atentar para este aspecto torna-se não apenas relevante, como essencial para ampliar a efetividade das políticas de desenvolvimento regional, particularmente no que tange à atividade turística que é geradora de um processo de imbricação necessário das empresas e entre elas e o poder público.

3. METODOLOGIA

Visto não haver estoques de dados anteriores que permitissem uma análise longitudinal, como delimitação temporal, a pesquisa pode ser enquadrada como *cross-sectional* (SEAKARAN, 1992), ou seja, os dados apresentam um recorte pontual no tempo, correspondendo ao período em que foram coletados. Conforme Bastos e Duquia (2007) este delineamento não permite analisar relações de causa e efeito, no entanto, é indicado quando se pretende observar a ocorrência de determinado evento numa população específica. Neste caso, a adoção deste preceito metodológico propiciou a verificação da prevalência de relações sociais entre os agentes do turismo na área investigada.

A investigação envolveu coleta e tratamento de dados primários e secundários derivados da revisão de literatura, da análise documental e das análises decorrentes de coletas de campo. Em função das particularidades do objeto de estudo, a investigação se caracterizou como exploratória e descritiva.

A pesquisa exploratória proporciona ao pesquisador um maior conhecimento sobre o tema e problema de pesquisa de interesse ou ainda, obter maiores informações sobre o assunto (MATTAR, 1996). A pesquisa descritiva propicia ao investigador uma visão geral acerca do fato investigado, bem como, descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis (GIL, 1999). Mattar (1996) alude que este tipo de pesquisa pode ser aplicado tanto para pesquisa documental, de campo, de levantamento, dentre outros.

Considerando os preceitos da pesquisa em grupos sociais traduzido no modelo de análise sociométrica indicado por Bastin (1966) optou-se nesta pesquisa pela identificação dos relacionamentos existentes entre os atores envolvidos com o turismo, seja em nível local ou regional, por meio da aplicação dos instrumentos de entrevistas. Os instrumentos foram aplicados entre janeiro e fevereiro de 2010.

Diante disso, a variável utilizada para identificar os relacionamentos existentes entre os agentes envolvidos com o turismo foi a intensão de interação com outros atores no caso de atuar em conjunto na hipótese da elaboração de um projeto em prol do desenvolvimento do turismo regional. Tal procedimento foi adotado ao conceber o instrumento de coleta de dados levando-se em conta o indicado por Bastin (1966) visto que para o recorte territorial assumido para esta investigação não havia fonte secundária disponível que possibilitasse a análise pretendida. Os respondentes foram inquiridos sobre três estabelecimentos cujos proprietários estivessem em suas preferências para o estabelecimento de relações em prol do turismo da região, colocando-os em ordem de prioridade. Por exemplo, um determinado respondente indicava que para elaborar um possível projeto manteria interações com o ator A em primeiro lugar, com o ator social B e segundo e com o ator C em terceiro. Tais informações possibilitaram analisar os relacionamentos com base nos preceitos da sociometria.

Os resultados foram apresentados sob a forma de sociogramas, que explicitam as redes de intenções de relações. Para o desenho dos referidos fluxos de relações e o cálculo dos indicadores de densidade, centralidade, os dados foram tabulados em planilha dispostas no software *Microsoft Excel* e transportados para o *Ucinet 6*, utilizado para Windows, cuja finalidade é gerar suporte gráfico para o processo de análise de redes sociais. Assim os conjuntos de relações foram

desenhados e os relacionamentos individualmente ligados com as setas de acordo com as indicações dos respondentes.

4. O TURISMO NA ÁREA DE INFLUÊNCIA DOS MUNICÍPIOS MARCELINO RAMOS (RS) E PIRATUBA (SC)

O recorte espacial da pesquisa diverge da regionalização turística, conforme delimitado na Política Nacional de Turismo (BRASIL, 2004). A literatura que discute a regionalização apresenta uma série de critérios e fundamentos que deram origem às mais diversas regiões existentes no Brasil. Entretanto, para fins de elaboração de estratégias, no entendimento dos autores desta pesquisa, estas regionalizações feitas a priori são inadequadas. Feger (2010; 2014) ao estudar a regionalização do turismo nas fronteiras dos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul³, constata que as regionalizações efetuadas no contexto da Política Nacional de Turismo englobam um conjunto de municípios que em si não possuem potencial turístico. Isto coaduna com o que aponta Boullón (2002), segundo o qual, devido à descontinuidade dos atrativos, podem ocorrer espaços turísticos entrecortados por outros não turísticos. Assim o autor, fundamentando-se na teoria da espacialidade diferencial (LACOSTE, 1988) propôs uma regionalização com base na prática do turismo, aceitando que para a elaboração de estratégias deve-se observar como um determinado fenômeno (no caso o turismo) se circunscreve no espaço. Tal procedimento possibilitou que fosse definida uma área abrangida por quatro municípios do Estado do Rio Grande do Sul e dezoito pertencentes ao Estado de Santa Catarina, conforme a Figura 1, já apresentada na introdução deste artigo. Assim, quanto a delimitação espacial, para a presente investigação, toma-se a região definida por Feger (2010; 2014).

A fim de caracterizar a região delimitada apresenta-se no Quadro 1 uma síntese dos principais componentes do sistema turístico da região segundo Feger (2014). Para compreender os dados, é importante salientar que o referido autor aceitou como fundamento que o turismo compreende atividades relacionadas ao deslocamento de pessoas do seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercício profissional (OMT, 1992 apud MIDDLETON; CLARKE, 2002). Nesse sentido, todos os entrevistados, tanto de estabelecimento

³ Os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul são os dois últimos estados brasileiros, localizados bem ao sul fazendo as divisas do país com Uruguai, Argentina e Paraguai.

hoteleiro, alimentação e entretenimento, eram informados a esse respeito de forma a manter um mesmo padrão de entendimento.

Ressalta-se ainda, que não se pretende esgotar a descrição do turismo na região, visto que foge ao escopo proposto para o artigo, e sim, repassar ao leitor um panorama do turismo na área investigada.

Municípios	Atrativos		Hospedagem		Alimentação	
	Existentes	Citados	Total	Turistas (%)	Total	Turistas (%)
Alto Bela Vista	2		1		1	
Capinzal	5		4		10	11
Concórdia	24	12	7	13	16	16
Fraiburgo	12	1	5	18	8	21
Herval d'Oeste	10		1		3	7
Ibicaré	2		1	10	3	15
Ipira	2		1		2	10
Itá	10	8	7	53	12	31
Joaçaba	7	4	7	18	24	6
Lacerdópolis	8	3	1	5	1	
Luzerna	2				2	
Machadinho	7	7	9	88	4	53
Marcelino Ramos	9	4	10	96	9	62
Maximiliano de Almeida	4		2		4	10
Ouro	9	1				
Paim Filho	3	1			2	
Perituba	8		1	5	2	3
Pinheiro Preto	11	3	2	8	3	8
Piratuba	6	5	16	98	10	82
Tangará	11	5			3	23
Treze Tílias	47	12	9	83	14	62
Videira	12	1	7	4	7	23
	211	67	91		140	

Quadro 01: Características do Turismo na Região. Fonte: FEGER (2014).

Obs. Os espaços em branco no quadro indicam que não houveram respostas para o item.

Observa-se na primeira coluna do Quadro 01 que os representantes dos municípios entendem que na região existem 211 atrativos, sendo que o município de Treze Tílias conta, segundo a secretaria de turismo, com 47 atrativos, e Concórdia com 24, ambos identificados com maior destaque dentre os analisados. Todavia, verifica-se na segunda coluna que apenas 67 atrativos são mencionados quando se questiona os proprietários de empreendimentos do *trade* turístico quanto à visita efetiva pelos turistas. Neste caso, apenas 12 atrativos de Treze Tílias são citados, e, 12 em Concórdia. Verifica-se que em vários municípios aparecem locais considerados como atrativos, no

entanto, estes não são visitados por turistas, tais como, Alto Bela Vista, Capinzal, Herval D'Oeste, Ibicaré, Ipira e Maximiliano de Almeida (FEGER, 2014). Nota-se, nesse sentido, uma discrepância significativa entre a percepção dos gestores do turismo em relação a frequência de turistas nos atrativos.

No que tange aos meios de hospedagem verifica-se a existência de 91 estabelecimentos (Quadro 01), entretanto, nem todos recebem turistas, especialmente os municípios onde a frequência nos atrativos é inexistente. Ao lado do número de hotéis nos municípios, consta o percentual de clientes que são considerados pelos proprietários como turistas tomando-se como fundamento o conceito acima referido. Nesse caso destacam-se os municípios de Itá (53%), Machadinho (88%), Marcelino Ramos (96%), Piratuba (98%) e Treze Tílias (83%). Nos demais municípios a frequência de hóspedes classificados pelos hoteleiros como turistas é inferior a 20%. Os municípios em que há maior frequência de turistas nos hotéis são os que possuem o turismo como uma atividade de destaque, Itá, Machadinho, Marcelino Ramos, e Piratuba, que exploram o turismo termal, e, Treze Tílias, onde a cultura austríaca representa o mote para o turismo (FEGER, 2014).

No tocante aos restaurantes, existem 140 na região. Da mesma forma, inquiridos quanto ao percentual de clientes que podem ser classificados como turistas, apenas os municípios de Machadinho, Marcelino Ramos, Piratuba e Treze Tílias apresentam frequência de turistas acima de 50%. Verifica-se que em Itá apenas 31% dos clientes dos restaurantes são turistas, inferindo-se que a estratégia de comercialização dos hotéis é a pensão completa. Destaca-se ainda que alguns municípios apresentam uma discrepância, posto que nos meios de hospedagem a frequência de turistas é pequena, ou mesmo, em alguns casos inexistente. Em contrapartida, nestes há frequência de clientes classificados como turistas nos restaurantes. Neste caso, encontram-se os municípios de Videira (23%), Tangará (23%), Fraiburgo (21%). Segundo Feger (2014) isso se deve a proximidade entre eles e Treze Tílias, constituído como centro turístico de distribuição, possibilitando a circulação de turistas numa área mais abrangente.

Verifica-se que tanto atrativos efetivos (visitados por turistas) como hotéis e restaurantes que apresentam um maior número de clientes classificados como turistas, estão nos municípios classificados por Feger (2014), como turísticos, ou seja, Itá (SC), Piratuba (SC), Treze Tílias (SC), Marcelino Ramos (RS) e Machadinho (RS).

5. ANÁLISE DE RESULTADO: AS REDES DE RELAÇÕES E INTENCIONALIDADES

O desafio assumido nesta investigação foi compreender a tendência de relacionamento entre atores envolvidos com o turismo na região. Nesse sentido, envolveu a identificação de 487 atores, vinte e dois municípios e 489 relações, o que tornou relativamente complexa a sistematização dos resultados. Assim optou-se por codificar tanto os atores como os municípios a fim de facilitar a localização dos primeiros na teia de relacionamentos (Figura 2 – Sociograma), bem como situá-lo no âmbito dos indicadores de centralidade e demais necessários para atender aos objetivos do estudo. Assim, antes de iniciar a apresentação e discussão dos dados, apresenta-se no Quadro 2 uma síntese da codificação adotada a fim de facilitar a compreensão dos relacionamentos, tanto no âmbito municipal, como regional.

Município	Código	Ator social	Código	Exemplo
Alto Bela Vista	ABL	Hotel	HT	ABLHT
Capinzal	CPZ	Restaurante	RT	CPZRT
Concórdia	CCD	Secretaria de Desenvolvimento Regional (SC)	SDR	CCDSDR
Fraiburgo	FBR	Entidade de apoio técnico	ET	FBRET
Herval d'Oeste	HDO	Conselho Municipal	CM	HDOCM
Ibicaré	IBC	Entidade representativa de classe	EC	IBCEC
Ipira	IPR	Prefeitura Municipal	PM	IPRPM
Itá	ITA	Entidade Social	ES	ITAES
Joaçaba	JBA	Universidade	UD	JBAUD
Lacerdópolis	LCD	Entretenimento	ENT	LCDENT
Luzerna	LZN	Câmara de vereadores	VD	LZNVD
Machadinho	MCD	Agência de Turismo	AG	MCDAG
Marcelino Ramos	MCR			
Maximiliano de Almeida	MXA			
Ouro	OUR			
Paim Filho	PNF			
Perituba	PRB			
Pinheiro Preto	PPR			
Piratuba	PRT			
Tangará	TNG			
Treze Tílias	TRT			
Videira	VDA			
Florianópolis	FPL	Órgão Estadual de Turismo	SANTUR	FPLSANTUR
		Associação Brasileira de Hotéis – Seccional SC	ABIH	FPLABIH
		Associação Esportes de Aventura	ABETA	FPLABETA
Porto Alegre	POA	Órgão Estadual de Turismo	SETUR	POASETUR
Brasília	BRA	Ministério do Turismo	MTUR	MRAMTUR

Quadro 02 – Sistematização dos códigos utilizados na pesquisa.

Ressalta-se que a codificação constante na última coluna (Exemplo) se destina apenas a demonstrar como foram elaborados os códigos de forma a identificar o município e o ator. Assim, no gráfico de relacionamentos o código CCDHT1 indica que se refere a um, dentre os vários hotéis localizados na cidade de Concórdia (SC), ao passo que o símbolo JBAUD1, significa que está se tratando de uma Universidade localizada na cidade de Joaçaba (SC), e assim sucessivamente para cada cidade e diversos atores identificados na pesquisa. Vale citar ainda, que alguns atores sociais entenderam haver necessidade de relacionamento com entidades externas à região, indicando organizações representativas localizadas nas capitais dos estados e do país.

Feitos estes esclarecimentos aos leitores, passa-se a título de ilustração, analisar a representação da rede de relações constante na Figura 2. As setas indicam a intencionalidade de relacionamento dos diversos atores. Em primeiro lugar, observa-se no lado esquerdo da referida figura, uma coluna com códigos de atores sociais que não estão ligados a outro, identificado com o número 01 a fim de facilitar a observação do leitor. Esse fato pode ter ocorrido por diversas razões, recusa do respondente em indicar um possível parceiro para elaborar projetos de turismo, pela não localização do respondente, dentre outras. Todavia, pode ser interpretado como a inexistência de densidade no relacionamento entre os diversos atores domiciliados neste espaço. Em segundo lugar, ainda de maneira geral, observa-se nas extremidades superior e inferior da figura “pilhas” de códigos de atores dos quais são originadas ligações seguindo para o centro da figura, nesse caso anotados com o número 02. Esse fato ocorre porque os referidos atores apenas indicaram com quem gostariam de se relacionar num eventual projeto de turismo, porém, não obtiveram nenhuma indicação de qualquer outro ator. Em terceiro lugar, chama atenção a densidade de fluxos de relacionamentos existentes entre alguns grupos de atores, os quais foram identificados na referida figura com o número 03 a fim de facilitar a sua identificação pelo leitor. Nesse caso, observa-se na Figura 2 no canto esquerdo inferior um agrupamento envolvendo dois Municípios, Marcelino Ramos (MCR) e Machadinho (MCD), e verifica-se que há pouco relacionamento entre os atores dos próprios municípios, entretanto ocorre um direcionamento para relações com atores localizados fora da região delimitada para este estudo, como SJO (São José do Ouro/RS) e ERX (Erexim/RS) que são cidades que se caracterizam como polos regionais.

Mais ao centro, um agrupamento formado a partir de Concórdia (CCD) cidade que inclusive recebe um significativo fluxo de relações de municípios como Piratuba (PRT) e Itá (ITR). Da mesma forma, observamos, ainda ao centro, um agrupamento formado pelo município de Joaçaba (JBA) que centraliza fluxos de relacionamento advindos de Treze Tílias (TRT), Fraiburgo (FRB), Videira (VDR), Capinzal (CPZ), Ouro (OUR), Príncipe Negro (PRT).

Infere-se que, tal como ocorre com os municípios do Rio Grande do Sul, assinalados acima, as relações tendem a seguir para as cidades polos regionais, pois centralizam as entidades de classe e representativas de municípios (Secretarias de desenvolvimento regional, conselhos regionais de desenvolvimento), as entidades de apoio técnico (Serviço de apoio empresarial), entidades de ensino superior (Universidades), entre outras.

Nesse sentido, ratifica-se, em consonância com a literatura de apoio da pesquisa, que os aglomerados empresariais necessitam da existência de entidades de apoio, em geral presentes nas cidades de maior porte, a fim de potencializar o desenvolvimento de um *cluster* como defendem Casarotto Filho & Pires (2001), Amato Neto (2000; 2005). Note-se que os atores que recebem a maior parte das relações são entidades de classe, técnicas ou universidades, ou Prefeituras, destaque-se entidade de classe 1 (CCDEC1), entidade de apoio técnico 2 (CCDET2) e Prefeitura Municipal (CCDPM) em Concórdia (SC), entidade de apoio técnico 1 e 2 (JBAET1, JBAET2), entidade de classe 1, 3 e 6 (JBAEC1, JBAEC3, JBAEC6) e Universidade 1 (JBAUD1) em Joaçaba (SC). Dentre os atores que atuam na iniciativa privada, destacam-se dois atores um em Concórdia (SC) agência de viagens 1 (CCDAG1), que recebe indicações de intenção de relacionamento de atores do próprio município, mas também de Alto Bela Vista restaurante 2 (ABLRT2), e hotel 4 (FRBHT4) no município de Fraiburgo (SC) que também conta com indicações de atores do próprio município como de outros localizados no entorno.

Vale destacar ainda, que há poucas relações com atores de outras regiões, e que alguns atores podem se constituir em pontes de relações, como por exemplo Universidade 1 (JBAUD1) que recebe um fluxo significativo de indicações de intencionalidade de relações de atores sociais localizados na região de abrangência de Concórdia (SC), como também a entidade de apoio técnico 1 (JBAET1) que recebe fluxos de Fraiburgo (SC). Em quarto lugar, foram identificados pequenos grupos em que há relações entre atores dos próprios municípios ou entre atores de municípios

próximos, os quais são assinalados na Figura 2 com o número 04: no canto superior esquerdo Piratuba (PRT), ao centro Treze Tílias (TRT) e Itá (ITA), no canto inferior direito Fraiburgo (FRB), Videira (VDA), Tangará (TNG). Tal processo indica forte relação com o fato de que estes são exatamente os municípios em que há fluxo de turistas, conforme apontado na Quadro 1.

Em quinto lugar, são observados alguns grupos isolados, anotados na Figura 2 com o número 05, ou seja, que não apresentam relação com atores de outros municípios, no canto superior esquerdo o município de Ipira (IPR) em que há relação somente entre atores do próprio município, no centro abaixo o município de Paim Filho (PNF) e no lado direito da figura mais acima o município de Ibicaré (IBC).

Por meio desta análise pode-se inferir que nos municípios em que há pouco desenvolvimento turístico as relações tendem a ser entre as empresas e entidades representativas e/ou públicas. Em contrapartida, onde há fluxo mais intenso de turistas as relações também ocorrem entre atores que atuam no mercado. Esta conclusão coaduna com as obtidas por Rodríguez & Fernández (2009) ao tratar do tema do desenvolvimento turístico e a dinâmica relacional tomando como delimitação espacial das cidades médias do interior da Andalúcia.

Para melhorar o nível de compreensão e aprofundar a análise das relações foram elaborados diversos indicadores, tais como: grau de centralidade dos atores, grau de intermediação entre os atores, bem como os atores mais citados como intenção de relacionamento. Segundo a literatura revisada há possibilidade de se realizar as análises de indicadores de entrada (número indicações recebidas) e de saída (número de indicações emitidas). No caso do presente artigo, visto que a análise está sendo realizada segundo o modelo indicado por Bastin (1966) solicitou-se que os respondentes indicassem três entidades ou pessoas com as quais buscariam atuar em conjunto em prol de um projeto de desenvolvimento do turismo. Nesse caso a densidade das relações fica circunscrita a esse número inviabilizando qualquer tipo de inferência. Assim o foco fica na análise dos indicadores de entrada.

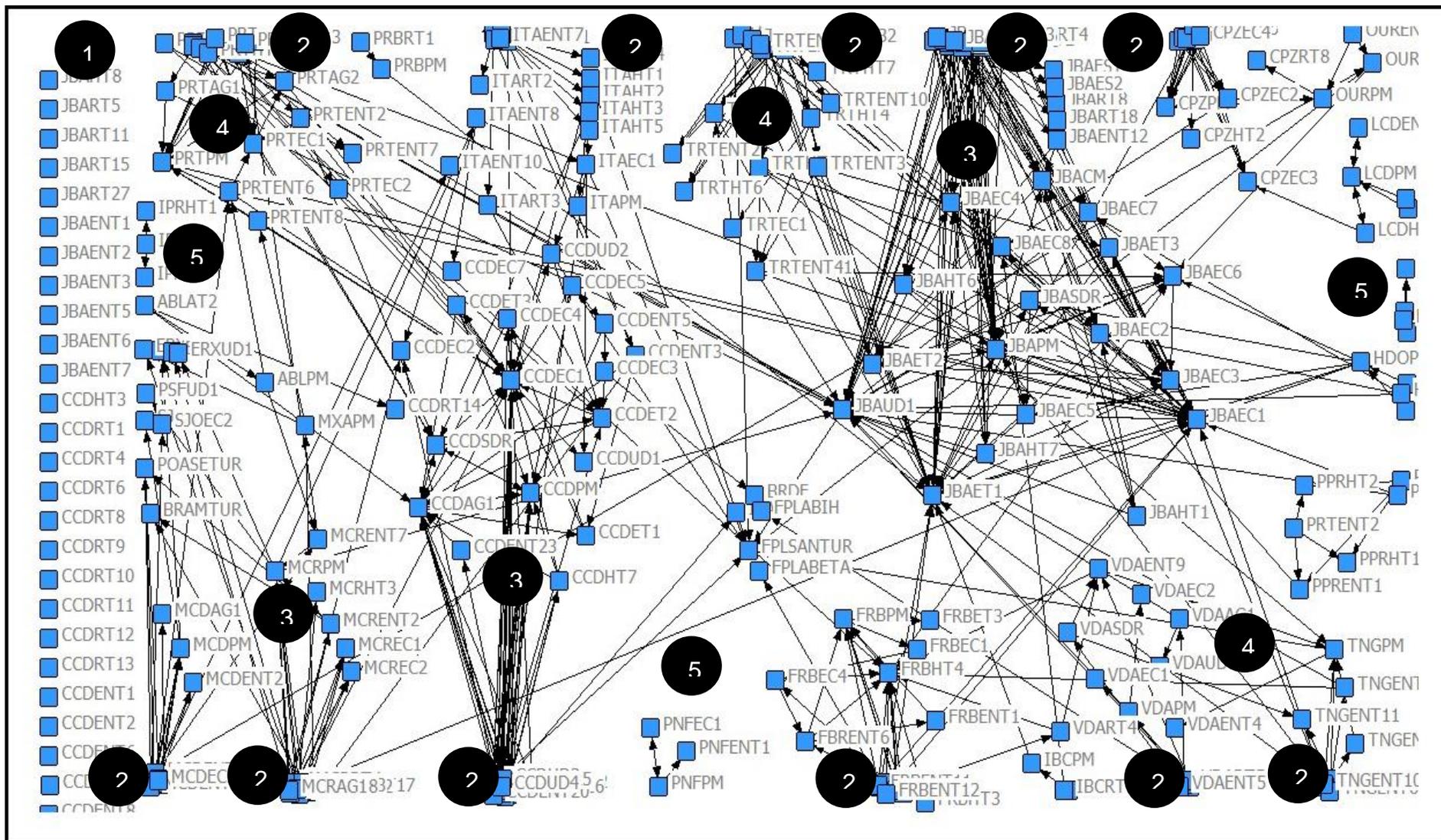


Figura 2 – Rede de relações entre atores sociais (Sociograma)

Conforme se vê no Diagrama de Pareto (Gráfico 1), as entidades mais citadas são as de classe (140), correspondendo a quase 30% das citações, seguidas das Prefeituras, depois entretenimento, hotéis e restaurantes. Reforçando as conclusões apresentadas ao analisar a rede de relações, de que a maior densidade de relações ocorre com entidades representativas e públicas.

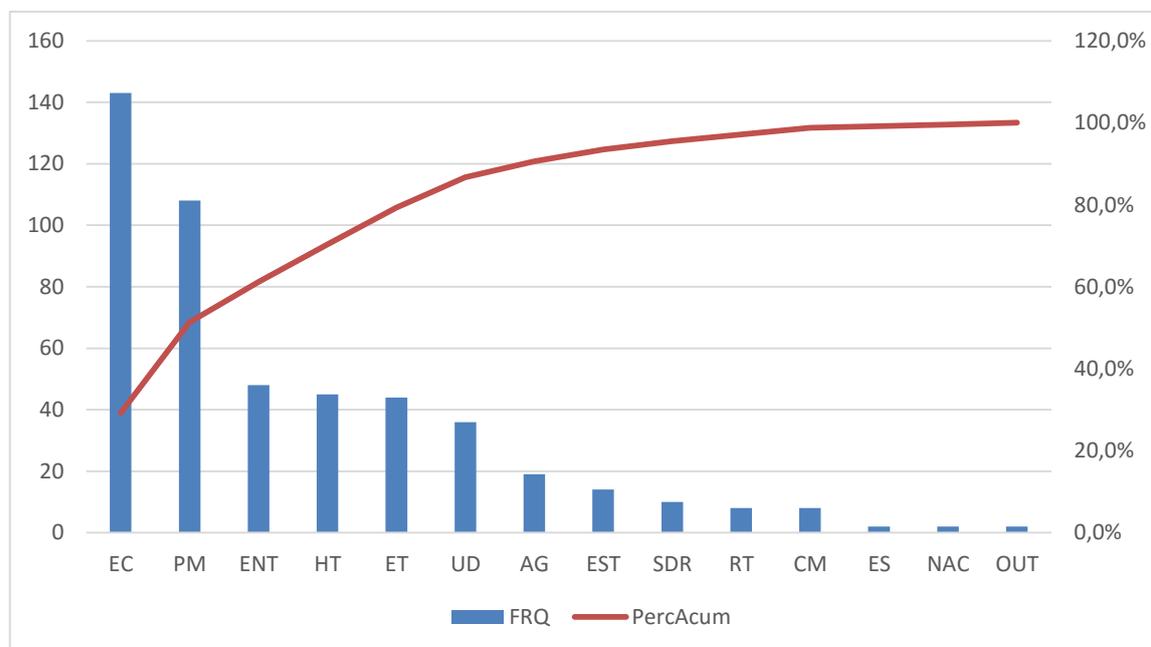


Gráfico 1 – Diagrama com frequência de citações atores

No Quadro 3 apresenta-se uma síntese dos atores que auferem 40% das interações. Verifica-se que individualmente os atores que recebem mais citações são a entidade representativa de classe 1 de Joaçaba (JBAEC1 com 5,9%), entidade representativa de classe 1 de Concórdia (CCDEC1 com 5,5%), Universidade de Joaçaba (JBAUD1 com 5,5%), Entidade de apoio técnico de Joaçaba (JBAET1 com 5,1%), Prefeitura Municipal de Joaçaba (JBAPM com 4,1%). Todas as instituições representativas e públicas aparecem aqui, já no que tange ao setor privado, somente as duas empresas já identificadas no diagrama de relações, Agência de Viagens 1 de Concórdia (CCDAG1) e o Hotel 4 de Fraiburgo (FRBHT4), ambas com 2,9% das indicações.

No tocante ao grau de centralidade, que mede o número de atores com os quais um determinado ator está diretamente relacionado, foi identificada a mesma ordem de classificação acima. Quanto ao grau de intermediação, ou seja, a possibilidade que um ator tem de intermediar a comunicação entre pares de atores, observa-se que há uma mudança nos indicadores, indicando que nem sempre a

entidade mais citada corresponde a uma liderança potencial. A exemplo, Prefeitura Municipal de Capinzal (CPZPM) é uma das entidades mais citadas, no entanto apresenta apenas 0,013 no seu grau de intermediação. Verifica-se ainda que o ator entidade de apoio técnico 1 de Joaçaba (JBAET1), que recebe 5,1% das indicações, apresenta o grau de intermediação de 0,246 acima do auferido pela entidade representativa de classe (JBAEC1 com 0,234) (Quadros 3 e 4).

ATORES	FREQUÊNCIA	%	% ACUMULADO	GRAU DE CENTRALIDADE	GRAU DE INTERMEDIÇÃO
JBAEC1	29	5,9%	5,9%	6,502	0,234
CCDEC1	27	5,5%	11,5%	6,054	0,199
JBAUD1	27	5,5%	17,0%	6,054	0,205
JBAET1	25	5,1%	22,1%	5,605	0,246
JBAPM	20	4,1%	26,2%	4,484	0,091
CCDPM	18	3,7%	29,9%	4,036	0,034
CCDAG1	14	2,9%	32,7%	3,139	0,116
FRBHT4	14	2,9%	35,6%	3,139	0,127
JBAEC3	11	2,2%	37,8%	2,466	0,053
PRTPM	10	2,0%	39,9%	2,242	0,092
CPZPM	9	1,8%	41,7%	2,018	0,013

Quadro 3 – Indicadores de relacionamento da rede

A fim de elucidar este aspecto apresenta-se no Quadro 4, os dez atores que apresentam os maiores graus de intermediação.

ATORES	GRAU DE INTERMEDIÇÃO
JBAET1	0,246
JBAEC1	0,234
JBAUD1	0,205
CCDEC1	0,199
JBACM	0,164
MCRPM	0,143
FRBHT4	0,127
JBAEC6	0,126
CCDAG1	0,116
JBASDR	0,103

Quadro 4 – Grau de intermediação dos atores individuais

Verifica-se que algumas entidades mais citadas, apresentadas no Quadro 2, não aparecem nesta última lista. E mesmo, a ordem de importância dos atores sofre modificações. Nesse caso ainda permanecem mais centradas em entidades representativas de classe e universidades, figurando somente dois atores privados, por ordem, FRBHT4 e CCDAG1.

6. APONTAMENTOS FINAIS

Considerando os resultados da pesquisa, entende-se que a implementação de políticas públicas para o desenvolvimento do turismo brasileiro demanda um aprofundamento do conhecimento do nível de relações entre os atores sociais. Neste recorte foi possível constatar o isolamento dos atores envolvidos com o turismo na região, mesmo partindo de uma regionalização que considerou a prática do turismo, medido pela presença do turista (FEGER, 2010; 2014) o nível de relações especialmente entre os atores do setor privado é insipiente. Além disso, há grupos distintos formados no entorno de polos regionais que centralizam as entidades representativas, coadunando com os preceitos teóricos apresentados preteritamente, segundo os quais a cultura é um dos entraves para a integração das redes, e especialmente no tocante ao turismo, que apresenta outra territorialização, que não a das relações entre os atores.

Além disso, municípios como Piratuba (SC), Marcelino Ramos (RS), Machadinho (RS) e Itá (SC), classificados como centros turísticos (FEGER, 2010; 2014), assumem comportamento distinto na medida em que explicitam maior densidade de ligações entre os atores turísticos. Todavia, há poucas ligações entre eles, dificultando a efetivação da regionalização. Verifica-se também que há uma densidade maior de relações entre atores dos municípios sob a influência de Treze Tílias (SC), tais como Fraiburgo (SC), Videira (SC), Tangará (SC), Pinheiro Preto (SC). Nesse caso, as setas indicam que os relacionamentos ocorrem também entre atores localizados nestes municípios, embora em menor intensidade do que para Joaçaba (SC).

Tais fatores limitantes ficam explicitados na pesquisa, evidenciando fatores redutores do potencial de desenvolvimento turístico da região. Neste sentido, de forma geral pode se dizer que a pesquisa revelou diversos gargalos para a potencialização das vantagens competitivas turísticas relacionadas à aglomeração territorial. A observação das relações pré-existentes, bem como das dificuldades relativas às barreiras de relacionamento entre os atores da rede turística regional constituem um

subsídio relevante para o desenvolvimento regional por meio de políticas de desenvolvimento turístico.

O artigo apesar de trazer à tona diversos aspectos normalmente não considerados na análise para elaboração de estratégias de desenvolvimento do turismo regional, possui limitações quanto ao período a que se referem os dados (2010). Visto que se trata de fatores comportamentais, no momento atual podem ter se modificado em função da própria dinâmica social ocorrida na área investigada.

A discussão e análise das relações entre os atores regionais envolvidos com o turismo não se esgota. Há ainda necessidade de aprofundamentos que podem levar a novas percepções sobre o desenvolvimento do turismo regional sob a ótica das relações sociais. Uma via para novas pesquisas pode ser identificar a distribuição espacial dos relacionamentos dos atores identificados com potencial de intermediação a fim de verificar a sua real possibilidade de servir como ponte entre os diversos municípios e romper com a tendência ao isolamento. Outro caminho envolve verificar, por meio das atas de reuniões das instâncias de governança local instituídas pela política nacional, quais e quantos destes atores participaram do processo de elaboração dos planos estratégicos regionais. Nesse sentido, no entendimento dos autores do presente artigo, se caracteriza como um campo ainda profícuo para novas investigações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMATO NETO, J. *Redes de cooperação produtiva e clusters regionais: oportunidades para pequenas empresas*. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. (Org). *Redes entre organizações: domínio do conhecimento e da eficácia operacional*. São Paulo: Atlas, 2005.

BARROS, A.R. *Raízes históricas das ideias que subsidiam as políticas de clustering*. IN: Revista de Economia Política, v.22, n.1(85), 2002, p. 131-149.

BASTIN, G. *As técnicas sociométricas*. Lisboa: Moraes Editores, 1996.

BLASCO, E.F. *Turismo, bienes públicos y efectos externos de mercado*. IN: Papers de turisme. N.21, 1997, p. 28-61. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=208952>. Acessado em dezembro de 2011.

BOISIER, S. *Póst-Scriptum sobre desenvolvimento regional: modelos reais e modelos mentais*. IN: Planejamento e Políticas Públicas. n.19, 1999, p. 308-343.

BRANDÃO, C. Teorias, Estratégias e Políticas Regionais e Urbanas Recentes: anotações para uma agenda do desenvolvimento territorializado. In: Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, n.107, p.57-76. 2004.

BASTOS, J. L. D.; DUQUIA, R. P. *Um dos delineamentos mais empregados em epidemiologia: estudo transversal*. Scientia Medica, Porto Alegre, v. 17, n. 4, p. 229-232, out./dez. 2007.

BRASIL. MTUR Ministério do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: Diretrizes Políticas*. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2004.

BRASIL. MTUR. Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo – o turismo fazendo muito mais pelo Brasil: 2013-2016*. Brasília/DF: MTUR, 2013. Disponível em http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_2013.pdf. Acessado em janeiro de 2014.

BOULLÓN, R. C. *Planejamento do Espaço Turístico*. Bauru: Edusc, 2002.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local*. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

DREHER, M.T.; SALINI, T.S.. Regionalização e política pública no turismo: proposta bem (in)tencionada distante da práxis. IN: *V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. SEMINTUR – Turismo: inovações da pesquisa na América Latina, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de junho de 2008.

ELIAS, S.R. *Turismo y teoria de clusters, las potencialidades de la localidad de Monte Hermoso*. IN: Tempo Libre: turismo y recreación. Año 13, V.1, Mar del Plata, 2009. P. 67-92. Disponível em: <http://nulan.mdp.edu.ar/> Acessado em Abril de 2011.

FEGER, J. E.; [ETGES, V. E.](#) *Regionalização para o planejamento do desenvolvimento turístico: uma discussão sobre critérios para a determinação de áreas com vistas a aplicar a política pública para o setor*. In: PIMENTEL, Thiago Duarte; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; TOMAZZONI, Edegar Luis. (Org.). *Gestão Pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações*. 1a.ed.Caxias do Sul/RS: EDUCS, 2014, v. , p. 231-255.

FERNÁNDEZ, V.R.; VIGIL, J.I.; SEVAL, M. *Explorando La región. Territorios, escalas y relacionales*. In: Revista de Geografía Norte Grande, n.51, Santiago, 2012, p. 21-41.

FERNÁNDEZ-SATTO, Víctor R.; VIGIL-GRECO, J. Ignacio. *Clusters y desarrollo territorial*. Revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina. IN: Economía, Sociedad y territorio, v. VI, n. 24, 2007, p. 859-912.

FERRÃO, J. *Inovar para desenvolver: o conceito de gestão de trajetórias territoriais de inovação*. In: Revista Internacional de Desenvolvimento Local. V.3, n.4, 2002, p. 17-26.

- FUKUYAMA, F. *Confiança: valores sociais e criação de prosperidade*. Lisboa: Gradiva, 1996.
- GARRIDO, I.D. *Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes*. Mestrado (Dissertação), Salvador: UFBA, 2001.
- GRANOVETTER, M. *Economic action and social structure: the problem of embeddedness*. In: *American Journal of Sociology*, 91(3), 1985, 1985, p. 485-510.
- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- IGLIORI, D. C. *Economia dos clusters industriais e desenvolvimento*. São Paulo: Iglu: FAPESP, 2001.
- LACOSTE, Y. *A geografia – isso serve em primeiro lugar, para fazer a guerra*. Campinas: Papirus, 1988.
- MARKUSEN, A. *Mudança econômica regional segundo enfoque centrado no ator*. IN: DINZ, C.C; LEMOS, M. B. (Orgs). *Economia e Território*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005. p. 57-76.
- MATTAR, Fauze N. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas, 1996.
- MIZRUCHI, M.S. *Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais*. In: *Revista de Administração de Empresas*, v.46, n.3, 2006, p. 72-86.
- MULS, L.M. *Desenvolvimento local, espaço e território: o conceito de capital social e a importância da formação de redes entre organismos e instituições locais*. In: *Revista Economia*, v.9, n.1, 2008, p. 1-21.
- PIRES, E.L.S.; MULLER, G.; VERDI, A.R. *Instituições, territórios e desenvolvimento local: delineamento preliminar dos aspectos teóricos e morfológicos*. IN: *Geografia*, v.31, n.3, Rio Claro, set/dez 2006, p. 437-454.
- ROCHA, Carlos Vasconcelos; FARIA, Carlos Aurélio Pimenta. *Descentralização e Cooperação Intermunicipal no Brasil*. VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, 2004.
- VIEIRA, A.R.M. *Planejamento e políticas públicas de turismo: análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no polo de São Luiz do Maranhão*. Dissertação (Mestrado) Mestrado Profissional de Turismo, UNB, Brasília-DF, 2011.