

Redes Sociais e Turismo: um Estudo dos Circuitos Turísticos de Minas Gerais

Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp¹

Flavia Luciana Nunes²

Ataulpa Luiz de Oliveira³

Frederico de Carvalho Figueiredo⁴

Resumo:

Este estudo se dá sobre a ótica dos atores que compõem os Circuitos Turísticos de Minas Gerais: como eles funcionam, quais as dinâmicas que os caracterizam e como se relacionam com a teoria de redes sociais. Portanto, seu referencial teórico é construído por meio de duas temáticas fundamentais, as redes sociais e o turismo, ambas ainda pouco abordadas conjuntamente na literatura acadêmica. É realizada uma macro-análise dos circuitos mineiros através do método *survey* e, além disso, utiliza-se o programa Pajek de análise de redes, para obtenção de um sociograma destes circuitos. Os resultados obtidos sugerem a existência de uma grande diversidade dos circuitos, bem como a existência de uma incipiente atuação em rede. É identificado um novo ator que, apesar de pouco tempo de existência, apresenta ter uma importância fundamental para os circuitos. Finalmente, considera-se que existem estratégias conjuntas entre os circuitos, mas que ainda são muito embrionárias e que sua percepção a respeito de redes é um tanto quanto superficial.

Palavras-chave: Redes Sociais; Circuitos Turísticos; Modelo Relacional.

1 Introdução

Segundo Chernyshev (2009), em um dos trabalhos da Conferência Internacional de Estatísticas do Turismo em 2009, o turismo é um fenômeno de rápido crescimento e as atividades turísticas, tomadas como um todo, são responsáveis por uma grande parte da atividade econômica na maioria dos países, e parece provável que esta tendência continue no futuro. Diante desta afirmativa, torna-se evidente a importância desta atividade, não só para as empresas privadas, mas também para os poderes públicos em todos os níveis, bem como de diversos campos de estudo, tais como economia, sociologia, administração, história, geografia, dentre outros.

¹ mestrando do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras.

² docente do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras.

³ mestrando do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras.

⁴ mestrando do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras.

Atentados para a importância do turismo, os formuladores de políticas desenvolvem políticas públicas de turismo, a fim de organizar esta atividade de maneira planejada e coordenada. Aqui no Brasil, seja em nível nacional, estadual ou municipal, todas as instâncias governamentais formulam políticas específicas para este setor. O Estado de Minas Gerais atualmente atua no sentido de regionalizar e descentralizar o setor, integrando diversos municípios que possuem características em comum, por meio de Circuitos Turísticos (CT's). Tal política se justifica devido à sua grande extensão territorial e grande quantidade de municípios, bem como por priorizar um modelo de gestão que privilegia o desenvolvimento integrado da atividade.

Minas Gerais possui 58 CT's que abrangem todas as regiões do estado, sendo 45 destes certificados pela Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais (SETUR). Tais circuitos são formados por municípios de determinada região que se agrupam para desenvolver o turismo local, caracterizando um formato organizacional muito próximo às definições de redes. De fato, alguns pesquisadores afirmam que tais circuitos são efetivamente redes. Mas será que os CT's de Minas Gerais realmente se articulam em redes, ou seja, existe realmente uma rede consolidada entre estes circuitos?

Desta forma, o trabalho busca apreender, pela ótica dos atores que os compõem, como funcionam os circuitos, quais as dinâmicas que os caracterizam e como se relacionam com a idéia de redes. Para isso foi realizado um *survey*, obtendo-se uma macro-análise dos circuitos mineiros, a fim de compreender os processos da interação dos atores que os compõem. Também foi utilizado um *software* de análise de redes (Pajek), criando um sociograma dos CT's mineiros, mecanismo que permite um imenso cenário de análises. O referencial teórico é construído por meio de duas temáticas fundamentais, quais sejam, as redes sociais e o turismo, pouco abordadas conjuntamente na literatura acadêmica.

2 Redes Sociais

Somente com o passar dos anos que se podem verificar as grandes alterações que ocorrem nas ciências como um todo. Cronologicamente, é possível verificar tendências semelhantes em disciplinas completamente diferentes. Alguns teóricos percorrem caminhos semelhantes, propositalmente ou não, em relação à similaridade de concordâncias em determinados aspectos. Este é um movimento que tem chamado bastante atenção a diversos pesquisadores do mundo todo. É neste contexto que se encontra a sociologia econômica e a

teoria dos sistemas onde, especificamente, emerge a temática das redes sociais que, portanto, tem seu berço nos aspectos integrativos entre diversas disciplinas.

Dentro das ciências sociais existe um enfoque, uma linha de conhecimento, que trata da aplicação de idéias, conceitos e métodos sociológicos voltados para fenômenos econômicos, a sociologia econômica. Linha esta que desenvolve pensamentos a respeito do setor econômico na sociedade, além da influência de um no outro e vice-versa (SWEDBERG, 2004). Assim como afirma Abramovay (2006), os mercados não são apenas pressionados pela sociedade, como dois entes funcionando a partir de lógicas distintas, que, no entanto, se influenciam mutuamente: eles se organizam a partir da própria vida social.

O objetivo mais específico da sociologia econômica é analisar a construção social das relações de mercado (concebida de maneira ampla) e a origem (histórica) social dos fatores econômicos, como afirma Steiner (2006). Portanto, essa visão integrada dos fenômenos, tal como suas reais ligações, seguindo contrariamente à fragmentação da realidade, é onde também se encontram as ciências sociais, especificamente sob a sociologia econômica, que coincidentemente ou não, no mesmo período de outras áreas (como a física, por exemplo), por volta do início dos anos 80, começou a ser rediscutida em cima deste mesmo viés integrativo.

Capra (2002, p. 93) assegura que “a aplicação da compreensão sistêmica da vida ao domínio social, portanto, identifica-se à aplicação do nosso conhecimento dos padrões e princípios básicos de organização da vida (...) à realidade social”. No campo da sociologia econômica, há mais ou menos duas ou três décadas, mudanças importantes a respeito de sua abordagem teórica vieram contribuir para o surgimento de novos tópicos, afirma Swedberg (2004). É neste contexto que surge a reivindicação do emprego da análise de redes em sociologia econômica, especificamente iniciada por Mark Granovetter através de um artigo de sua autoria intitulado “*Economic action and social structure*”, de 1985.

Granovetter et al (2000 p. 219) define redes sociais como um “conjunto de nós ou atores (pessoas ou organizações) ligados por relações sociais ou laços de tipos específicos. Um laço ou relação entre dois autores tem força e conteúdo”. Considerando-as como redes de comunicação que envolvem a linguagem simbólica, limites culturais e relações de poder, conforme afirma Capra (2002), podem ocorrer entre pessoas, inseridas em organizações econômicas ou não, mas que representam a realidade social da atividade em questão. Seguindo este pensamento, Castells (1999) assegura que redes constituem a nova morfologia

social de nossas sociedades, sendo que a proliferação da lógica de rede altera dramaticamente tanto a operação como os resultados dos processos produtivos, de poder e cultura.

Marques (2007) afirma que as redes podem ser entendidas, basicamente, de três formas:

Seguindo diversas tradições das ciências sociais, podemos considerá-las apenas de maneira metafórica ou de forma descritiva e ensaística. São definidas também como prescrição normativa para uma determinada situação, como em estudos em administração de empresas, por exemplo. Por fim, são consideradas um conjunto de ferramentas analíticas para o estudo de situações sociais específicas por meio da análise das conexões sociais nelas presentes (MARQUES, 2007, p. 157-158).

Pode-se inferir que todas as atividades econômicas possuem o seu lado social, onde as pessoas se relacionam, de alguma forma, para que essas possam se concretizar. Estes relacionamentos podem surgir para diversos fins, em um tempo e espaço social limitados. Dessa forma, existe uma complexidade inerente às redes sociais, propriamente pela sua diversidade estrutural, metodológica e analítica.

3 Redes do Turismo

Os estudos do turismo têm se manifestado praticamente no mundo todo. São diversas as discussões realizadas no campo acadêmico em relação ao turismo, podendo ser encontradas em várias disciplinas, porém, com enfoques específicos, como a administração, a economia, e a geografia, por exemplo. Portanto, existindo uma problemática sobre sua nomenclatura, ele é tomado por alguns como uma indústria, por outros como fenômeno, dependendo da análise em estudo.

Essa discussão, por analogia, está ligada àquela trazida pela sociologia econômica. O turismo muitas vezes é tomado como um fenômeno social. Outras vezes, ele é analisado como uma indústria, focando a discussão a respeito dos fatores econômicos desta atividade. Portanto, aqui ele será tratado como uma ação econômica socialmente situada através de suas redes sociais.

No contexto mundial, muitos estudos indicam a importância interorganizacional das redes do turismo e a importância da colaboração entre organizações, conforme afirmam Scott et al (2007, p. 03): “redes interorganizacionais são incrustadas nos destinos que podem ser vistos como grupos livremente articulados de fornecedores independentes unidos para entregar um produto global juntos” (tradução nossa).

Neste mesmo sentido, Novelli et al (2006) afirmam que, durante a última década, foram feitas várias tentativas usando gestão de redes, *clustering* e teorias de aglomeração para

explicar o papel do turismo e sua influência no crescimento local, estimulando o desenvolvimento regional.

Embora a análise de redes tenha muito a oferecer para o estudo e a compreensão do turismo, Scott et al (2007) afirmam existir vários desafios metodológicos frente aos pesquisadores do turismo e ao longo das ciências sociais em geral. No Brasil pode-se dizer que a pesquisa sobre redes ainda é incipiente, principalmente no que se refere ao conhecimento e à aplicação da teoria de redes sociais. Mas já existem algumas pesquisas na área de rede e turismo no Brasil, como também o Ministério do Turismo brasileiro criou um programa especificamente sobre a abordagem de redes.

Desta forma, para elucidar a temática redes e turismo, pode-se adentrar na conceituação de superestrutura do turismo ou oferta turística, na qual tanto os poderes públicos quanto a iniciativa privada atentam para este fator que é onde realmente o turismo se movimenta. Goeldner et al (2002) esclarecem que a superestrutura turística de uma destinação inclui aquelas instalações que foram desenvolvidas especialmente para responder as demandas dos visitantes. Beni (2001, p. 99) falando de subsistema da superestrutura do Sistema Turístico (SISTUR) considera:

Esse subsistema refere-se à complexa organização tanto pública quanto privada que permite harmonizar a produção e a venda de diferentes serviços do Sistur. Compreende a política oficial de Turismo e sua ordenação jurídico-administrativa que se manifesta no conjunto de medidas de organização e de promoção dos órgãos e instituições oficiais, e estratégias governamentais que interferem no setor.

Especificamente sobre este enfoque de Sistema Turístico, podem-se fazer amarrações com a teoria de redes. Chon (2003) afirma que em relação ao setor turístico, todos estes componentes do turismo estão interrelacionados e fortemente interdependentes, formando um grupo denominado de rede turística. Por exemplo, em um *cluster* de turismo a qualidade da experiência dos visitantes depende não somente dos atrativos, mas também da qualidade e eficiência dos empreendimentos complementares, como hotéis, restaurantes, lojas e facilidades de transportes. Seus membros são mutuamente dependentes, o bom desempenho de um, pode garantir o sucesso dos outros (NORDIN, 2003).

Em uma das mais abordadas perspectivas de redes aplicadas ao fenômeno turismo, atualmente, está o estudo das pequenas e médias empresas que compõem o setor. Como afirma Porter (1999) sobre os *clusters* de turismo, assegurando que são formados, em grande parte, por pequenas e médias empresas, e que existe uma enorme necessidade da assunção

pelo Estado de funções que levem a economias de escala. De fato, atenta-se que o Estado tem um papel significativo em relação à atividade turística, podendo propiciar uma melhor articulação dos arranjos interorganizacionais e, por evidente, não seria diferente sobre a ótica das redes sociais.

A fim de caracterizar aspectos conjunturais do Estado, Eder (2003) assegura que as teorias do Estado baseiam-se em uma associação entre unidades simbólicas e unidades sistêmicas, o que seria a conexão entre Estado e nação, mas, historicamente, isso nunca funcionou. No entanto, esta associação traria um sentimento de pertencimento por parte das pessoas em relação ao Estado, entrando então na questão das identidades coletivas que proporcionam um princípio de integração social, ou seja, fornecem uma narrativa integradora (EDER, 2003).

Comparando a passagem anterior ao ponto aqui estudado, nota-se a existência de formas normativas de institucionalização por parte do poder público a fim de fazer coexistir essas identidades. Em âmbito nacional existe o programa de Regionalização do Turismo, na medida em que os conceitos e princípios fundamentais deste programa são diretamente ligados com a formação de redes, induzindo uma forma colaborativa e cooperativa de gestão. Já a nível estadual vemos o caso da política do estado de Minas Gerais que visa estimular o setor para a formação de CT's institucionalizados que seriam o conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas.

Portanto, o turismo é uma atividade econômica que depende da participação dos três setores estruturais da sociedade: poder público, iniciativa privada e sociedade, afirma Monteiro (2006). Enfim, fica evidente que o poder público possa influenciar, através de uma política pública, neste caso do setor de turismo, na formação de redes sociais.

4 Circuitos Turísticos de Minas Gerais

A política pública de turismo adotada pela SETUR de Minas Gerais é também baseada na descentralização e regionalização, e procura induzir a sociedade a se envolver na formação de CT's, segundo Bolson (2004). Através do Decreto Lei 43.321 de 08 de junho de 2003, o governo institucionalizou os CT's, a saber (SETUR, 2008):

Considerar-se-á Circuito Turístico, o conjunto de municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas que se unem para organizar e desenvolver a atividade turística regional de forma sustentável, através da integração contínua dos municípios, consolidando uma atividade regional.

Como uma proposta de implementação participativa, os municípios é que decidem se querem ou não participar do processo. Fica a cargo destes a forma de organização reconhecida, sendo através de associações, organizações não governamentais (ONGs), agências de desenvolvimento, organizações da sociedade civil de interesse público (OSCIPIs) etc, podendo participar a comunidade, o terceiro setor, os empresários, as instituições de ensino, as prefeituras, constituindo desta forma um conselho regional juntamente com um órgão gestor.

Gomes e Santos (2007) asseguram que a inserção da política de CT's no setor de turismo de Minas Gerais proporciona uma integração dos agentes e altera suas relações: “antes dessa política, estes agentes não estavam articulados em rede” (p. 89). Então, a política adotada pelo estado proporcionou uma articulação entre os agentes das regiões turísticas no formato de rede, criando uma nova estrutura de governança. É a associação gestora do circuito que coordena suas transações de maneira regionalmente integrada. Cabe ressaltar que isto pode transferir muito poder a um grupo, principalmente quando não há participação.

5 Aspectos Metodológicos

Este trabalho baseia-se numa pesquisa de caráter exploratório-descritivo que busca adentrar o interrelacionamento dos atores nos CT's mineiros, a fim de mensurar um fenômeno relacional ainda pouco analisado. Segundo Hair Jr. et al (2005, p. 83-84) este tipo de pesquisa pode ser útil quando “há pouca teoria disponível para orientar as previsões” ou seja, “dispõe de poucas informações”. Implica em planejamento bem flexível, possibilitando a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

A pesquisa descritiva, por sua vez, como indica sua própria nomenclatura, pode descrever as características de determinada população ou fenômeno. Através do método *survey* é que se pretende buscar essas características. Um dos pressupostos em que se assenta o emprego do *survey* nas ciências sociais é a generalização dos seus resultados e para isto o pesquisador deve decidir se entrevistará toda a população-alvo de sua pesquisa ou somente um número representativo de indivíduos dessa população (ALENCAR, 2007). O método de coleta de dados *survey* utilizada nesta pesquisa é a administração de questionários através de meio eletrônico.

Utilizam-se técnicas padronizadas de coleta de dados, através de um questionário misto contendo questões estruturadas e semi-estruturadas e, neste caso, foram baseadas na teoria de redes. Os questionários foram enviados pela Internet, portanto para a sua construção

tomaram-se os devidos cuidados na sua estruturação e na redação de suas instruções, pois seria preenchido pelo entrevistado longe da presença do pesquisador. Também foi utilizado um *software* para análise de redes chamado Pajek que, além de suas diversas possibilidades de análises estatísticas, proporciona a montagem de um sociograma para melhor visualização dos relacionamentos entre atores.

Dessa forma, pretendeu-se obter a identificação de cada circuito e as relações entre os circuitos de Minas Gerais, a fim de se conhecer a dinâmica de sua rede social. Primeiramente, para a identificação de cada um desses circuitos, abordaram-se variáveis como tempo de existência, formato legal e membros associados. Posteriormente, para o aspecto relacional dos circuitos, as variáveis se dirigiram para o encontro de relacionamentos entre os circuitos, como atuação em redes, aspectos de liderança entre os circuitos, articulação com a SETUR, instituições de ensino ou terceiro setor e relacionamento entre os membros do circuito.

Estima-se que o número de respondentes foi bastante significativo, já que totalizaram 47% de respostas. O público-alvo escolhido para esta pesquisa foi o conselho gestor destes circuitos, geralmente constituído por Presidentes, Diretores e/ou Gestores, pois eles possuem o perfil e o conhecimento necessário para responder ao que se pretende sobre os circuitos e seus relacionamentos interorganizacionais. Especificamente neste estudo, o foco não é entre os atores de um mesmo circuito, mas sim nos relacionamentos entre os circuitos e a identificação geral desses, a fim de construir um Modelo Relacional para saber se existe de fato uma rede social articulada entre os órgãos gestores.

6 A dinâmica de configuração de rede

Foram identificados CT's de 02 a 08 anos de existência, variando muito em termos de certificação pela SETUR, pois o tempo de existência de um circuito não é exatamente o tempo de certificação. Por exemplo, um circuito que foi fundado em 2001 e somente certificado em 2007. Para que um circuito seja certificado ele necessita se enquadrar no que diz a resolução nº 008 da SETUR, que estabelece normas para o Certificado de Reconhecimento dos CT's de Minas Gerais. Dentre elas, encontram as documentações, as exigências estatutárias e as diretrizes básicas para a certificação. Quanto à quantidade de membros atuantes nos órgãos gestores também verifica-se também uma significativa disparidade entre eles, alguns com a maioria dos membros ligados à iniciativa privada, enquanto outros com a maioria dos membros ligados ao poder público municipal. Identificou-

se também que seus órgãos gestores variam muito de formação: enquanto uns com quadro de pessoal pequeno, com somente uma ou duas pessoas, e outros com mais de 10 pessoas.

A quantidade de CT's que indicaram a existência de uma atuação em rede foi de 58%, seja em um nível mais micro (regionalmente, por exemplo, uma das ações da Associação dos Municípios da Área Mineira da Sudene – AMAMS foi unir seis CT's do Norte do estado) ou mesmo em um nível mais macro (CT's de diferentes regiões do Estado que afirmam atuar em rede). No entanto, a existência de uma articulação em rede entre os CT's não implica no relacionamento direto com o tempo de existência do circuito. Ao contrário do que poderia se correlacionar, que quanto mais tempo de existência de um CT mais articulado em rede ele poderia estar. A figura 01 ilustra a existência dessa articulação, quando os CT's indicaram com qual(is) circuito(s) eles trabalham em rede.

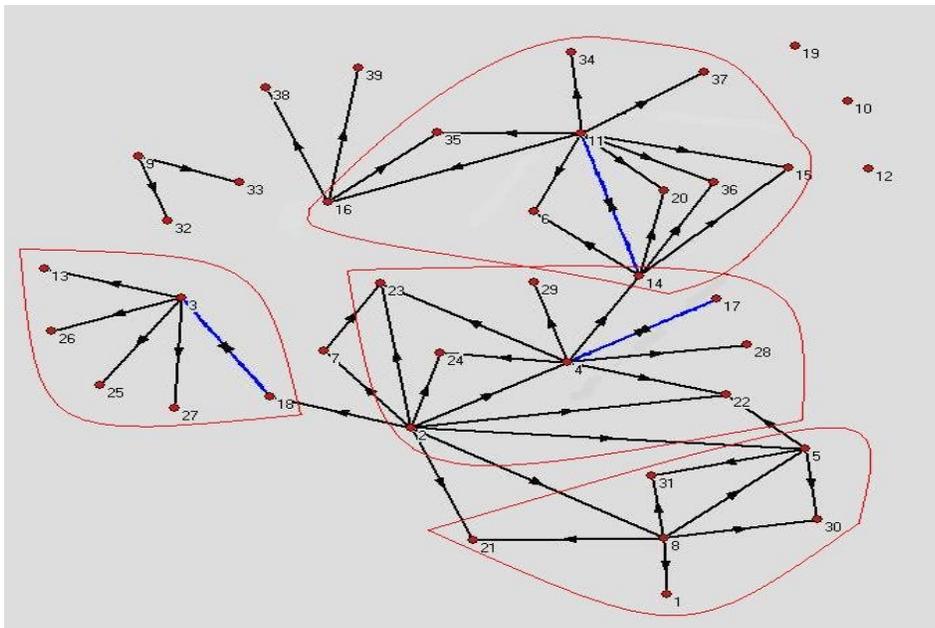


Figura 01 – Rede entre os Circuitos Turísticos de Minas Gerais (sociograma)

Na figura 01, pode-se perceber que as ligações entre os CT's possuem direcionamentos (setas) que demonstram as indicações relativas - de quem para quem. Por exemplo, o CT 08 indicou que trabalha em rede com o CT 01, 21, 30 e 31, já o CT 01 não indicou que trabalha em rede com nenhum CT. Portanto, o princípio de reciprocidade, demonstrada por uma ligação bidirecionada (X indica Y e Y indica X), é verificado em somente três relações (marcadas em azul). Também pode se verificar nesta figura as atuações

regionais (marcadas em vermelho) como, por exemplo, os CT's do Norte do estado, como dito anteriormente, sendo uma estratégia conjunta adotada pelos CT's.

Propositamente, nesta pesquisa, buscaram-se dois vieses diferenciados em termos articulativos. Um mais explícito, como a existência ou não de atuação em rede, e outro menos explícito, sobre o tipo de relacionamento com outros circuitos (Apenas Conhece Alguém - ACA, Negócios - N, Amizade - A, Confiança - C, Família - F). Dessa forma proporcionou-se um interessante cruzamento de dados (a articulação em rede & a existência de algum tipo de relacionamento com outros circuitos) e que não se mostraram diretamente semelhantes por todos os CT's. Por exemplo, um circuito que respondeu positivamente sobre existir uma articulação em rede, apontou somente uma ligação de um tipo de relacionamento (01 ACA), enquanto outro que respondeu negativamente existir uma articulação em rede, apontou 15 relações de N e 10 relações de A com outros circuitos. Dessa forma, demonstra-se que pode não estar clara a conceituação e as características da existência, ou mesmo do que seja o formato de redes, para vários CT's que participaram desta pesquisa.

Em relação à existência de alguma exigência de relacionamento formal entre os circuitos, seja pelos próprios circuitos ou pela SETUR, resultou que 81% dos circuitos apontam existir esta requisição, sejam através de reuniões, encontros, oficinas e planejamentos. Porém, a periodicidade destes relacionamentos variou bastante, podendo verificar uma discordância significativa entre os circuitos, demonstrando que as relações dos CT's com a SETUR são bastante diferenciadas.

Percebe-se o aparecimento de um ator com significativa expressão para os CT's, que é a Federação dos Circuitos Turísticos mineiros (FECITUR), sendo citada por 08 circuitos, mais até do que a própria SETUR que teve 05 apontamentos. Existe uma real expectativa de alguns circuitos em relação a esta instituição como a garantidora de uma articulação entre eles, fazendo com que existam alguns discursos favoráveis e outros desfavoráveis a tal instituição, no sentido de mantenedora deste interrelacionamento entre eles. Em relação à teoria de redes, não é necessário e nem se predispõe a existência de um único ator, especificamente criado para consolidar o funcionamento de uma rede, e sim que exista comunicação, cooperação e coordenação de esforços entre diversos atores, prezando pela forma horizontalizada, pela autonomia e pela democracia, onde a integração e a flexibilização flua para trocas de informação.

Finalmente, em relação à existência de uma liderança entre os circuitos, obteve-se 65% de resultados positivos. Somente 15% assinalaram ser os gestores e/ou presidentes dos circuitos, 10% assinalaram a FECITUR diretamente, enquanto outros 20% assinalaram o presidente da FECITUR, e 5% o vice-presidente da mesma.

7 Considerações Finais

Na pesquisa empírica realizada neste estudo, foi possível verificar a existência de uma rede social entre os órgãos gestores dos CT's de Minas Gerais. Porém existem poucas estratégias em conjunto entre os circuitos. Podem-se destacar duas estratégias, a primeira seria a integralização regional entre os CT's e a outra seria a constituição da FECITUR.

Percebe-se que alguns circuitos apostam bastante no engajamento da FECITUR, a fim de desencadear ações efetivas no formato de redes, tal como a integração, com base nos princípios da flexibilidade, articulação e mobilização. Outros já adotam uma posição mais crítica a seu respeito, desencorajados a ter esperanças que esta possa efetivamente desencadear benefícios aos circuitos mineiros, talvez pela crença de que a SETUR é que deveria ter realizado este relacionamento entre eles. Portanto, fica clara a percepção de alguns CT's no sentido da existência de um articulador para que se consolide uma rede entre os CT's mineiros, e não que eles próprios é que devam buscar estes laços, a fim de se integrarem para o surgimento de mais estratégias em conjunto.

Em relação aos laços, também pode ser diagnosticado uma disparidade entre a confiança dos atores e o relacionamento de amizade e de negócios, sendo que a confiança é um relacionamento mais restrito do que o de amizade e o de negócios, neste caso. Sobre a teoria de redes, é necessário existir confiança entre os atores para que um bom fluxo de informação percorra entre os atores. Com a construção do sociograma, fica explícito a existência destes laços, porém a reciprocidade entre os CT's ainda se demonstra insuficiente, tendo sido justamente comprovada por esta falta de confiança entre os circuitos.

Finalmente, espera-se que esse estudo tenha contribuído para o caminhar da consolidação de estratégias nos formatos de redes e para as extensas possibilidades de desenvolvimento da atividade turística, demonstrando que novas políticas públicas podem desencadear redes sociais bastante específicas, bem como a formação de novos atores, centrais ou não, que surgem como uma estratégia ou como uma esperança de novos caminhos.

8 Referências Bibliográficas

- ABRAMOVAY, R. O mercado na sociedade e a sociedade no mercado. **Valor Econômico**, FEA/USP. Disponível em:
<www.econ.fea.usp.br/abramovay/artigos_jornal/2006/Abramovay_mercado_na_sociedade_sociedade_no_mercado.pdf> Acessado em setembro de 2008.
- ALENCAR, E. **Pesquisa em Turismo**. Lavras: UFLA, 2007.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 12ª Ed. São Paulo: Senac, 2003.
- BOLSON, J. H. G. **Circuitos turísticos de Minas Gerais. Estudos Turísticos**, Disponível em:
<www.estudosturisticos.com.br> Acessado em 10 de dezembro de 2008.
- CAPRA, F. **As Conexões Ocultas: ciência para uma Vida Sustentável**. 2 ed. São Paulo: Cultrix, 2002.
- CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHERNYSHEV, I. ILO/UNWTO Joint Project on Employment in the Tourism Industries. **Fifth UNWTO International Conference on Tourism Statistics**, Bali, march/april, 2009.
- CHON, K. S. **Hospitalidade: conceito e aplicações**. São Paulo: Thomson Learning, 2003.
- EDER, K. Identidades coletivas e mobilização de identidades. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. V. 18, n.53. São Paulo, 2003.
- GOELDNER, C. R., MCINTOSH, R. W., RITCHIE, J. R. B. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- GOMES, B. M. A.; SANTOS, A. C. Influências das políticas públicas de Turismo nas transações entre os agentes: uma análise sob a ótica da ECT. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 1, n. 2, p. 72-100, dez. 2007.
- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.
- _____; CASTILLA, E.; HWANG, H. GRANOVETTER, E. Social networks in Silicon Valley. In: LEE, C. M.; MILLER, W. F.; HANCOCK, M. G.; ROWEN, H. S. (Eds.). **The Silicon Valley Edge**. Stanford: Stanford University Press, p. 218-247, 2000.
- HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- MARQUES, E. C. Os mecanismos relacionais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 22, n. 64, 2007.
- MONTEIRO, L. C. M. Estudo de uma iniciativa de desenvolvimento do turismo local a partir das interfaces institucionais: o caso da Terras Altas da Mantiqueira (MG). **Dissertação**, FGV, Rio de Janeiro, 2006.
- NORDIN, S. **Tourism Clustering and Innovation – Paths to economics growth and development**. ETOUR. Disponível em <<http://www.competitiveness.org>> Acessado em 25 de março de 2007.
- NOVELLI, M.; SCHMITZ, B.; SPENCER, T. Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience. **Tourism Management**, 27, 2006.
- PORTER, M. **Vantagem Competitiva**. Criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989 – 13 ed. 1999.
- SCOTT, N.; COOPER, C.; BAGGIO, R. Destination network: four Australian cases. **Annals of Tourism Research**, aug, 2007.
- SETUR. Secretaria de Estado do Turismo. **Decreto 43.231**, de 27 de março de 2003. Disponível em: <www.turismo.mg.gov.br> Acessado em 20 de novembro de 2008.
- SIQUEIRA, C. E.; CASTRO, H.; ARAÚJO, T. M. A globalização dos movimentos sociais: social à Globalização Corporativa Neoliberal. **Ciência e Saúde Coletiva**. 8(4): 847-858, 2003.
- STEINER, P. **A sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.
- SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social**. v.16, n.2, nov., 2004.