



## **Redes de Turismo e Redes Geográficas: um estudo de caso nos limiares da pandemia de Covid-2019**

*Tourism Network and Geographic Network: a case study in  
the threshold of the Covid-2019 pandemic*

**Luciano Antonio Furini<sup>1</sup>**  
**Evandro Del Negro da Silva<sup>2</sup>**

**RESUMO:** Este texto apresenta como a abordagem das redes permite aprofundar as análises sobre o turismo em seus desdobramentos socioespaciais. Para tanto inclui apontamentos sobre a natureza das redes geográficas e das redes de turismo no contexto da abordagem da análise de redes sociais, relacionando geografia do turismo e redes, apoiado em resultados de um estudo de caso sobre turismo no município de Prudentópolis (PR), particularmente em período imediatamente anterior ao isolamento social, que ocorreu em virtude da pandemia da covid-19. Os procedimentos metodológicos incluíram levantamento bibliográfico e documental, aplicação de entrevistas e questionários e uso de software de análise de redes sociais. Os resultados mostram que a abordagem das redes pode contribuir para o debate sobre o caráter prospectivo dos estudos das redes de turismo. Demonstrou-se também como o estudo de caso revelou especificidades da rede de turismo do município em seus limites e potencialidades.

---

1 Doutorado, mestrado e graduação em Geografia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Professor Assistente do Curso de Geografia da Universidade Estadual Paulista (UNESP / Ourinhos). E-mail: luciano.antonio@unesp.br

2 Bacharel em Geografia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Especialização em andamento em Ciências da Religião e Ensino Religioso pela Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP). E-mail: evandronow@hotmail.com

**Palavras-chave:** Redes de Turismo; Redes Geográficas; Covid-19; Prudentópolis.

**ABSTRACT:** This paper aimed to present how the approach of networks allows to deepen the analysis on tourism in its socio-spatial developments. To this target, it includes notes on the nature of geographic and tourism networks in the context of the analysis of social networks, connecting the geography of tourism to networks, supported by the results of a case study on tourism in the municipality of Prudentópolis (Paraná, Brazil), particularly in the period immediately before the social isolation, that occurred due to the Covid-19 pandemic. The methodological procedures included bibliographic and documentary survey, application of interviews and questionnaires and the use of social network analysis software (SNA software). The results show that the approach of the networks can contribute to the debate about the prospective character of the studies of tourism networks. It was also demonstrated how the case study revealed specificities of the municipality's tourism network in its limits and potentialities.

**Keywords:** Networks; Geographic Networks; Covid-19; Prudentópolis.

## 1 INTRODUÇÃO

A cada momento recente da história contemporânea observa-se a importância das redes nas sociedades, pois as mesmas são constituídas por vetores que potencializam e efetivam a interação entre nós, vínculos e fluxos, alterando ritmos e dinâmicas socioespaciais. Com as funções maximizadas nos períodos anteriores à pandemia Covid-19<sup>1</sup>, a importância das redes foram ratificadas no período durante a pandemia, entre presenças e ausências de novos e antigos fluxos que revelam que o mundo está tão mais próximo quanto mais distante nas novas formas de interações socioespaciais, construindo e reconstruindo pontes e barreiras físicas e simbólicas, valorizando cada vez mais as tomadas de decisão de quais pontos ligar e quais desligar de diversos tipos de redes.

O mundo assiste um redefinir constante do fenômeno rede, que, por sua natureza, pode mudar de forma, abrangência e direção a todo momento, dependendo do tipo, origem e contexto dos quais fazem parte.

Este texto apresenta como a abordagem das redes permite aprofundar as análises sobre o turismo em seus desdobramentos socioespaciais. Para tanto, inclui apontamentos sobre a natureza das redes geográficas e das redes de turismo apoiados, também, na abordagem da análise de redes sociais. Em seguida são apresentadas as características que relacionam a Geografia do Turismo às redes, finalizando com um estudo de caso sobre turismo no município de Prudentópolis PR. Este estudo de caso pode contribuir para compreender a dinâmica do turismo no município e para as pesquisas sobre redes de turismo.

Deste modo, a rede de turismo que será apresentada a seguir foi caracterizada a partir de pesquisa realizada em janeiro de 2020 no município de Prudentópolis, que pertence ao estado do Paraná no Brasil, a partir de agentes, empresas e instituições ligadas ao turismo, em período que precedeu o início do isolamento social. No estudo buscou-se identificar as redes técnicas e sociais que se relacionavam ao turismo no município, por meio de levantamento documental, aplicação de entrevistas e questionários. Foi realizada uma entrevista com a secretária de turismo, aplicação de 50 questionários com turistas e 14 com funcionários de pontos turísticos, ambas nos próprios pontos turísticos, além de 17 com agentes produtores de turismo. O software Ucinet, de análise de redes sociais, que é composto por programas que podem caracterizar os padrões das redes de acordo com as variáveis informadas também foi utilizado. Assim foi possível caracterizar as atividades turísticas do local pesquisado.

As recorrentes configurações nas mídias e nos espaços turísticos sobre as ausências de turistas e suas repercussões econômicas em período de isolamento social devido aos resultados socioespaciais da Covid-19 demonstraram que as redes

---

1 A partir do final do ano de 2019 a doença Covid-19 se espalha e é reconhecida como pandemia em 2020, passando a influenciar intensamente em diversos âmbitos sociais, espaciais e representacionais, como uma grave ameaça mundial que se prolonga e ganha novos contornos.

de turismo conectam inúmeras outras redes que também foram impactadas de modo sem precedentes. Neste estudo espera-se, também, contribuir para o debate sobre o caráter prospectivo dos estudos das redes de turismo, que podem ser acionados tanto buscando aprofundar as argumentações aos efeitos negativos ou positivos do turismo em suas diferentes modalidades.

## 2 REDES GEOGRÁFICAS E REDES DE TURISMO

A obra de Corrêa (1997) apresenta um esforço de tipificação das redes geográficas. Para tanto o autor divide sua proposta de análise de redes em três dimensões: organizacional, temporal e espacial, que estariam associadas entre si. A dimensão organizacional envolve, por exemplo, os tipos de agentes e as finalidades, já a dimensão temporal apresenta aspectos sobre duração, velocidade e frequência. Destacando as especificidades espaciais e conectivas de tais redes, o autor as define como “um conjunto de localizações geográficas interconectadas entre si por um certo número de ligações” (CORRÊA,1997, p. 111-112). Nos tipos relacionados às três dimensões apresentadas pelo autor encontram-se *vários* exemplos de redes que estão direta ou indiretamente relacionadas ao turismo, demonstrando a característica eminentemente geográfica das redes ligadas a essa atividade.

Souza (2013) apresenta uma trajetória elementar do modo como a ideia de redes está direta e indiretamente presente na Geografia. Embora sem um aprofundamento, que inclusive não caberia ao formato da proposta do livro, o autor faz emergir a rede presente em diversas abordagens, desde as redes técnicas, passando pelas redes sociais e urbanas, potencializando abordagens ora mais abstratas, ora mais concretas, consegue revisitar conceitos geográficos pelo olhar das redes.

Sobre o assunto, Fernandes e Santos (2020) destacam importantes elementos da relação entre redes, região e escala geográfica, em abordagem que privilegia tanto redes de internet quanto redes sociais de migração. O esforço de destacar a importância das redes na Geografia pode revelar, por um lado, o fugaz espaço ocupado pela temática e, por outro, a recorrente demanda pela abordagem em uma disciplina e um campo de pesquisas em que os fixos e os fluxos, os sistemas e as estruturas, as ações e os objetos, entre outros elementos indissociáveis (SANTOS,1996), parecem reclamar o conceito de redes em muitas propostas de pesquisas.

Para além das redes geográficas, Capel (2010) chama a atenção para o caráter reticular necessário às pesquisas geográficas apresentando, inclusive, o termo “individualismo reticular” para evidenciar a natureza individual do trabalho científico mas, também, a natureza coletiva das comunidades científicas, que com o advento da internet potencializou a solidariedade e a colaboração em rede. Considera-se que não somente o objeto da Geografia em suas múltiplas especificidades ganhou novas potencialidades de abordagens a partir das redes, mas que a própria pesquisa geográfica se redefiniu com a nova lógica das redes. As pesquisas sobre redes, particularmente aquelas que envolvem a Geografia, em temas como redes urbanas, redes técnicas, redes sociais e redes pessoais, possuem em comum a análise de fixos

e fluxos (SANTOS,1996). Deste modo, as metodologias de análise de redes sociais, que incluem a caracterização de padrões de nós, vínculos e fluxos (VELÁZQUEZ & AGUILAR, 2005), encontram importantes interconexões com a Geografia, ao envolverem pessoas, grupos, espacialidades e estruturas, entre outros, em suas análises.

Como muitas outras redes, as redes de turismo acabam por compor um quadro específico, que pode ser apreendido a partir de diferentes áreas de pesquisa. As redes ligadas ao turismo podem, assim, ser tão fugaz quanto se consolidar como componente indispensável para se considerar as dinâmicas do turismo em determinadas realidades. Por exemplo, ao observar as interações geradas pelo turismo, entre trabalho e lazer, ou religião e trabalho, compreende-se que, desde de o turismo de negócios até o turismo de aventura e o turismo religioso, as redefinições de pertencimento a atividades econômicas e respectivas funções podem ser relativizadas de acordo com a motivação inicial dos participantes.

As redes de turismo são assim uma forma de articulação entre iniciativas públicas e privadas de maximizar ou redefinir setores da sociedade para a dinâmica econômica, particularmente no capitalismo. Resta, então, propor formas de administrar as infundáveis interações advindas destas redes, gerando parcerias e articulações segundo os diferentes grupos de interesses.

Benko (2009) apresenta com ressalvas o termo governança e destaca-o como “o conjunto dos modos de regulação entre o puro mercado e a pura política (do Estado-Nação)”, assim, enfatiza elementos importantes sobre uma forma de regulação que vai além da organização interempresarial.

Chama-se ‘rede’ a dimensão espacial de uma forma de regulação das relações entre unidades produtivas, e ‘governança’ o modo de regulação dessas relações que é, em geral, a combinação de diferentes formas: hierarquia, terceirização, parceria, ‘atmosfera’, agências públicas ou parapúblicas (BENKO, 2009, p. 121, grifos do autor).

Para se ter uma ideia da complexidade que as articulações em rede demandam para o setor pode-se observar o debate em torno da competitividade empresarial em tempos de globalização, como aquele realizado por Fusco, Buosi e Rubiato (2005), em que são apresentadas as três dimensões das redes simultâneas, enquanto rede física, de valor e de negócios. Basicamente a ideia é aprofundar as diferentes interações que determinados contextos competitivos podem exigir apontando quais, agentes, instrumentos e ações devem ser ativados para melhorar o desempenho, o que implica diferentes níveis de complexidade dependente do setor econômico, tipo de negócio, abrangência, entre outros fatores (FUSCO, BUOSI E RUBIATO, 2005).

A análise das redes de turismo passa a ser funcional na medida em que revela não somente as conexões mas, também, a ausência destas, como destaca o trabalho de Flecha *et al.* (2012) ao demonstrar que o setor de turismo de Ouro Preto (MG) no Brasil apresentava um “grande número de atores desconectados” das redes identificadas, o que, segundo a autora, pode revelar as “consequências de

não se trabalhar agrupados”. Mais do que os aspectos econômicos e mercadofilos<sup>2</sup> envolvidos, é importante evidenciar que o setor de turismo apresenta características de desconexão, que permitem o surgimento de propostas de criação de redes, na direção descrita por Di Felice, Torres e Tanaze (2012), que envolve redes interativas e abrangentes, com novas perspectivas que poderiam ser adaptadas ao contexto de negócios empresariais do turismo.

Nas abordagens sobre redes de turismo as referências aos clusters estão presentes e revelam características inerentes às redes. Os clusters (PORTER, 2008) e os Arranjos Produtivos Locais (SUZIGAN, 2006), apresentam dinâmicas em rede para interações empresariais que remetem às geografias em rede, cujo mais forte elemento é a capacidade de conexão dos agentes envolvidos, que pode ser fomentada nos meandros das esferas pública e privada.

Nesta linha de argumentação é preciso evidenciar a dimensão territorial das redes de turismo, pois ao ativar ou desativar, integrar ou desintegrar redes no turismo se redefine processos de criação e recriação e territórios nos mais diferentes formatos e em diferentes escalas, compondo a lógica apresentada por Haesbaert (2002), na qual o território possui hoje um padrão dinâmico em que as reconfigurações territoriais estão constantemente potencializadas.

O processo científico que liga as novas tecnologias em rede com a ciência geográfica caracteriza, ao mesmo tempo, criação e assimilação de novos padrões de pesquisa. A Geografia implica também o estudo geográfico do meio digital e das estruturas digitais no âmbito do espaço geográfico (CAPEL, 2010). “Hoje encontramos duas novas geografias que precisam ser exploradas e estudadas: uma a geografia da Internet na Terra; outra, a geografia do ciberespaço” (CAPEL, 2010, tradução nossa)<sup>3</sup>.

Neste sentido, em meio a novos programas computacionais e diferentes técnicas de pesquisas os geógrafos se deparam com novas formas de fazer Geografia e com novas Geografias que precisam ser estudadas. Dentre as várias metodologias de pesquisa sobre redes a “análise de redes sociais” se apresenta como importante opção, ao permitir a compreensão de processos geográficos na interação entre os principais âmbitos espaciais, como região, território, paisagem, lugar e escala geográfica. O estudo de Guillarducci e Fratucci (2020) permite identificar a aplicabilidade da análise de redes sociais com apoio dos conceitos geográficos, nesse caso mais especificamente o de região, em que os autores apresentam os limites para existência de uma rede regional de turismo consolidada.

No Brasil, a análise de redes sociais pode ser identificada em estudos do turismo como em Conceição *et al* (2014), Burgos e Mertens (2015), Hoffmann, Oliveira e Brocchi (2016) e Endres e Pakman (2019).

---

2 Souza (2002), em concepção voltada ao planejamento urbano, destaca que as perspectivas mercadofílicas “deixam de tentar ‘domesticar’ ou ‘disciplinar’ o capital para, pelo contrário, melhor ajustarem-se aos seus interesses, inclusive imediatos” (SOUZA, 2002, p. 136).

3 Do original: “Hoy nos encontramos con dos geografías nuevas que es necesario explorar y estudiar: una la geografía de Internet en la Tierra; otra, la geografía del ciberespacio” (CAPEL, 2010).

Segundo Rossoni (2006), a sociometria, como os sociogramas são resultados que auxiliam a observações entre os elos os (atores) e os laços (relações). Segundo o autor, os atores (agentes) são o ponto central para compreensão das redes. A análise das redes sociais busca compreender as ligações entre os diferentes atores envolvidos e quais implicações estas relações podem gerar.

Deste modo, a sociometria utilizada faz-se referência a rede de turismo, buscando compreender o maior número de resultados, para assim ter o produto final, que demostre a real situação da rede de turismo de Prudentópolis. Com isso, os agentes produtores do turismo (atores), articulam entre si, mantendo os laços (relações), de acordo com as demandas e os grupos de interesses envolvidos.

O “espaço turístico” constitui-se, assim, como âmbito repleto de especificidades. Sua formação, embora repleta de elementos diferenciadores, possui características importantes de similaridades.

Conseqüência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infra-estrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país (BOULLÓN, 2002, p. 79).

Para além das abordagens específicas sobre determinadas características do turismo, é notável o potencial das pesquisas em relação ao tema. Os estudos sobre o turismo na ciência geográfica refletem a importância que a atividade tem nos âmbitos social, político, cultural, ambiental e econômico. Entre as mudanças paradigmáticas da Geografia, as abordagens sobre o turismo ganham relevância em meio ao conjunto de mudanças das sociedades.

O estudo do turismo no âmbito da Geografia acentua-se a partir da década de 60, tendo em vista o acelerado desenvolvimento do fenômeno, ligado à prosperidade econômica que marcou o período de pós-guerra nos países centrais do capitalismo (RODRIGUES, 1992, p. 72).

Segundo a autora citada no parágrafo anterior, o turismo deve ser abordado de modo multidisciplinar devido aos inúmeros aspectos que envolve. Ela apresenta um breve histórico a partir do contexto que estudou, enfatizando estudos de diferentes paradigmas no âmbito da Geografia entre as décadas de 70 e 90, desde aqueles da Geografia Tradicional, passando por trabalhos da Geografia Neopositivista, até aqueles ligados às abordagens da chamada Geografia Crítica, inclusive alguns baseados na percepção e imaginário, até chegar aos estudos que privilegiam os aspectos ambientais, como uma “onda ecológica”, não necessariamente nessa ordem nos diferentes países. Segundo ela, no Brasil, o auge dos estudos sobre turismo aconteceu em 1990, estabelecendo, assim, um grande avanço nas pesquisas, na quantidade e qualidade dos materiais desenvolvidos sobre a Geografia do Turismo (RODRIGUES, 1992, p. 72-73).

Poucas ciências sociais e humanas possuem tantas aproximações em seus universos de estudos quanto a Geografia e o Turismo. Além disso, o Turismo assemelha-se com a Geografia na busca pelo seu objeto específico de análise (BECKER, 2014, p. 55).

Se, por um lado, “a Geografia do Turismo serve para alimentar e irrigar a reflexão na Geografia” (RODRIGUES, 2001, p. 95), por outro, é fundamental o entendimento da ciência geográfica para se compreender profundamente a lógica das atividades turísticas. Atualmente, no Brasil, os enlaces entre Geografia e Turismo estão mais presentes na própria formação acadêmica.

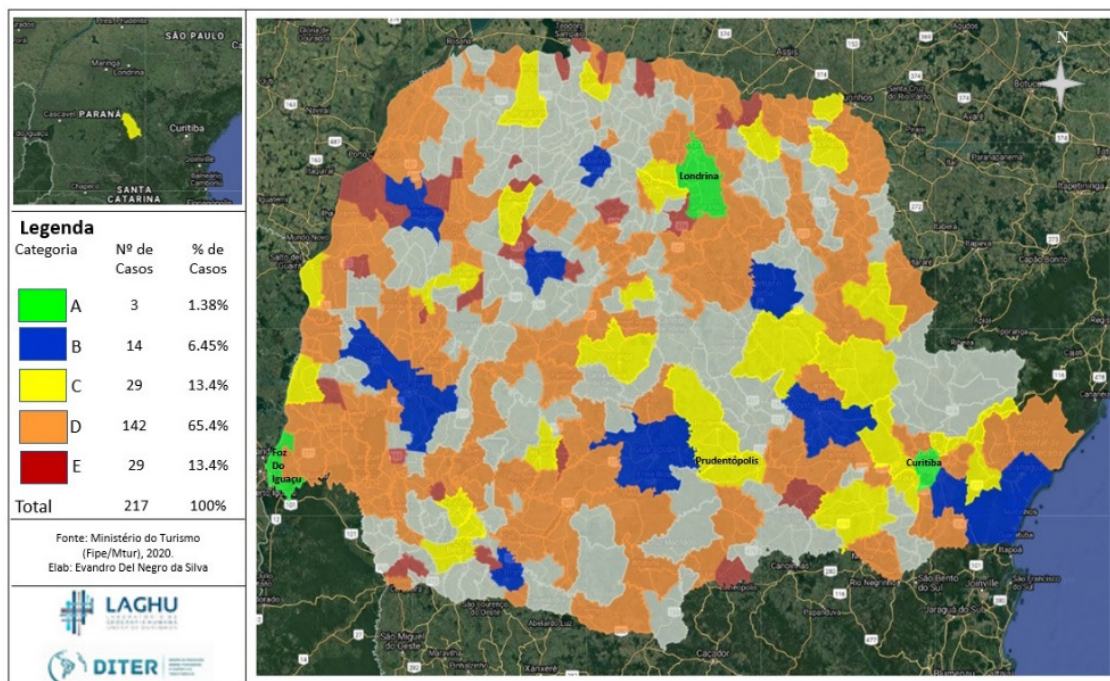
Com base nos dados do Ministério da Educação (MEC, 2020), os cursos relacionados ao turismo em atividade no Estado do Paraná podem variar de modalidades de formação, estando disponíveis em mais de 20 municípios do Estado. Na ciência geográfica, é relevante destacar que das nove instituições de ensino superior público no estado do Paraná, seis ofertam a disciplina de Geografia do Turismo em sua grade curricular (BRASIL, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020).

### 3 CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Atualmente o município de Prudentópolis ocupa uma área total de 2.461,58 Km<sup>2</sup>, tendo uma população estimada, segundo IBGE (2020a), de 52.513 habitantes, sendo aproximadamente 54% do total dos habitantes residentes nas zonas rurais do município (IBGE, 2020).

No Brasil o Ministério do Turismo (MTur) disponibiliza informações sobre a regionalização do turismo contendo uma classificação das regiões turísticas. O Estado do Paraná, ao qual pertence o município pesquisado, possui atualmente 217 municípios (figura 1) que fazem parte do Mapa do Turismo Brasileiro. Para participar do programa do MTur é necessário, entre outras exigências, que o governo local seja atuante, implantando o Conselho Municipal de Turismo (Comtur) e que as empresas em atuação no município estejam inscritas no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), o que gera uma série de benefícios para tais empresas (BRASIL, 2020a).

FIGURA 1 - MAPA DAS CATEGORIAS TURÍSTICAS DO PARANÁ



FONTE: Brasil (2020a).

O programa computacional do Ministério do Turismo, Brasil (2020b), possibilita analisar a regionalização do turismo por meio da categorização dos municípios que vai de A a E<sup>4</sup>, deixando evidente o desempenho econômico local do turismo. As categorias informam o padrão de desenvolvimento e infraestrutura de cada município, como também o número de empregos relacionados ao turismo e a quantidade de turistas nacionais e internacionais que visitam o local.

4 “Cinco grupos, considerando os 2.694 municípios do Mapa do Turismo Brasileiro. São: 62 municípios na Categoria A, que representa as capitais e os municípios com maior fluxo turístico, maior número estabelecimentos, empregos e arrecadação de impostos federais no setor de hospedagem; 257 municípios na Categoria B; 476 municípios na Categoria C; 1522 municípios na Categoria D; 377 municípios na Categoria E, que representa os municípios zeraram as cinco variáveis” (BRASIL, 2020a).

TABELA 1 - CATEGORIZAÇÃO DAS CATEGORIAS A PARTIR DAS VARIÁVEIS - MINISTÉRIO DO TURISMO

Categoria	Nº de municípios	% de municípios no mapa	Valor Médio (não padronizado)				
			Qnt. Empregos formais de hospedagem	Qnt. Estabelecimentos formais de hospedagem	Estimativa de turistas internacionais	Estimativa de turistas domésticos	Arrecadação nos estabelecimentos de hospedagem (R\$)
A	62	2,30%	2.267	123	133.973	1.580.039	40.357.359,91
B	257	9,54%	277	25	5.810	168.844	2.843.975,05
C	476	17,67%	58	8	746	41.853	518.588,76
D	1522	56,50%	8	2	144	7.027	67.587,08
E	377	13,99%	0	0	0	0	0

FONTE: Brasil (2020b).

A tabela 1 permite analisar como determinado município se enquadra nas classificações, comparando, por exemplo, o fluxo de turistas com a estimativa média de turistas domésticos ou internacionais. Deste modo é possível analisar a participação do município e fomentar ações de dinamização do turismo.

Segundo a secretária de turismo do município, os investimentos em turismo em Prudentópolis são realizados a partir das três esferas: federal, estadual e municipal. Os investimentos podem, também, estar vinculados a outros setores, que de forma indireta contribuem para a melhoria da infraestrutura geral.

A dinâmica econômica gerada a partir do setor de turismo ativa inúmeros serviços e empresas em Prudentópolis (tabela 2).

TABELA 2 – NÚMERO DE EMPRESAS DE PRUDENTÓPOLIS INSCRITAS NO CADASTUR - 2019

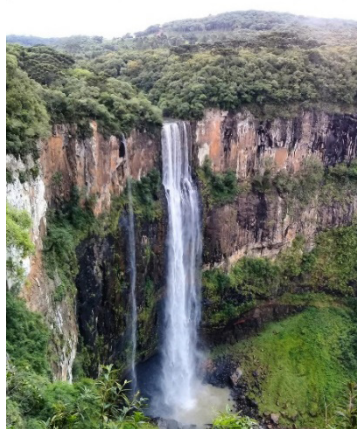
tipo de cadastro	número
Acampamento Turístico	1
Agências de Turismo	9
Guia de Turismo	16
Meio de Hospedagem	10
Organizadora de Eventos	2
Parque Temático	0
Transportadora Turística	13
Total	51

FONTE: Ipardes (2020)

Constam várias informações sobre as características do turismo na região em endereços eletrônicos, que optamos por não apresentar neste estudo. Em geral destacam os aspectos positivos dos atrativos turísticos e fornecem dados gerais sobre os pontos turísticos.

Outras informações constam no endereço eletrônico da Prefeitura Municipal de Prudentópolis. Como aquelas que destacam as características do relevo. O planalto basáltico, ou terceiro planalto, que é constituído por grandes derrames de rochas magmáticas, é que propicia o fato do município estar repleto de cachoeiras e desníveis no relevo (figura 2) (PREFEITURA MUNICIPAL, 2020).

FIGURA 2 – EXEMPLOS DE ATRATIVOS DO TUTISMO ECOLÓGICO – PRUDENTÓPOLIS (PR)



Salto São Francisco



Salto São Sebastião

FONTE: Os autores (2020)

Segundo as informações obtidas a partir de entrevista realizada com agente público vinculado ao turismo em Prudentópolis, cerca de 90% da população do município professa a fé católica, tendo disponível por volta de 116 espaços religiosos, divididos entre o rito bizantino<sup>5</sup> e o rito latino<sup>6</sup>. No rito bizantino são 43 espaços religiosos que estão localizados em comunidades rurais e uma no centro, todas com arquiteturas típicas das igrejas do leste europeu. O rito latino possui 70 espaços religiosos nas comunidades rurais e dois na área urbana. A figura 3 mostra dois atrativos religiosos da rede, com destaque para a arquitetura da Igreja Nossa Senhora do Patrocínio, que é ligada ao rito bizantino.

5 “O rito bizantino é composto por três liturgias: a de São Basílio Magno, a dos pré-santificados e a de São João Crisóstomo, sendo o mais habitual o de Crisóstomo, patriarca de Constantinopla. a Igreja Católica Apostólica Ortodoxa Grega, tendo como primaz o patriarca de Constantinopla (atual cidade de Istambul - Turquia), localizada na antiga colônia grega de Bizâncio, posteriormente incorporada a Roma” (LOIACONO, 2005, p. 118-122).

6 “O rito latino ocupa-se dos espaços onde predomina a língua latina e as suas derivações (espanhol, italiano, português) e da liturgia da Igreja Católica Apostólica Romana, sujeita por consequência no seu uso, sob o aspecto disciplinar, às determinações que porventura tenham sido tomadas pela Santa Sé da Igreja, no Vaticano” (BRANCO, 1947, p. 2).

FIGURA 3 – EXEMPLOS DE ATRATIVOS DO TURISMO RELIGIOSO – PRUDENTÓPOLIS (PR)



Igreja Nossa Senhora do Patrocínio



Museu Histórico das Irmãs Servas de Maria

FONTE: Os autores (2020)

## 4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Os atrativos turísticos embora apresentem uma localização que, em geral, é bastante evidente e mapeável, não revelam, com tal especificidade, suas articulações em rede. Nesse sentido, foram utilizados levantamento documental, aplicação de entrevistas e questionários e uso de software de análise de redes sociais, que resultaram, entre outros produtos, na elaboração de sociogramas que revelaram os padrões em rede a partir de diferentes perspectivas.

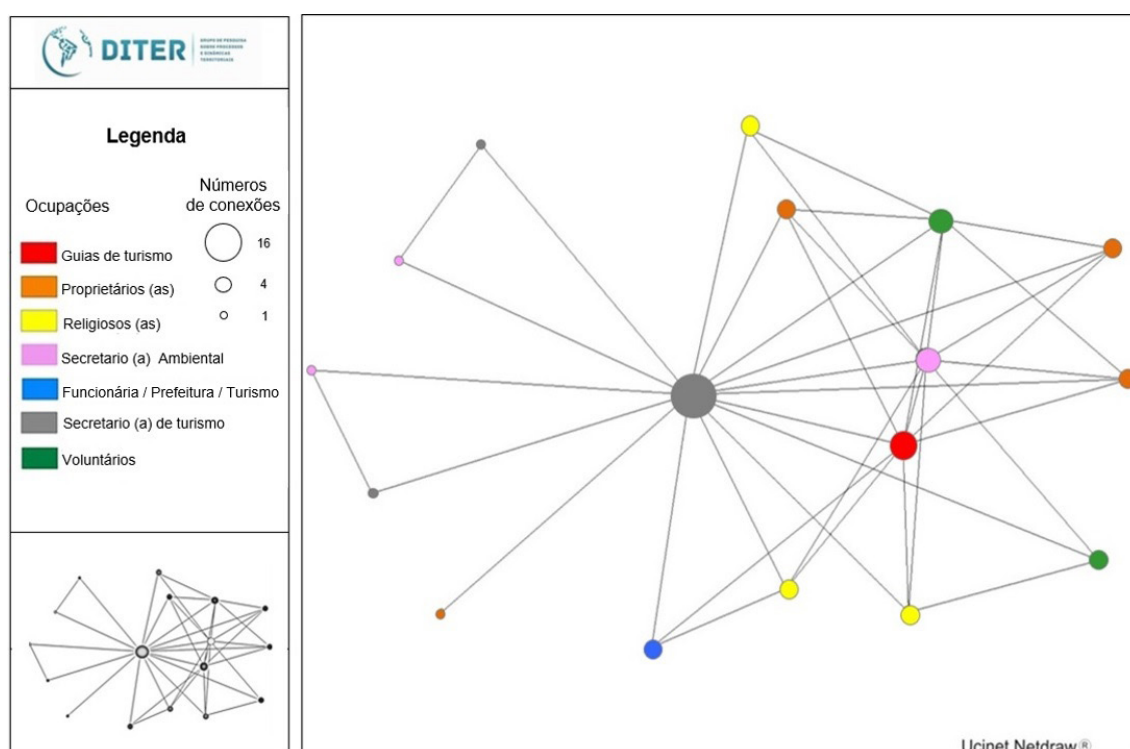
Para identificar a rede social de agentes produtores de turismo optou-se por uma técnica de saturação em que um colaborador relatou três pessoas com quem poderia contar para o desenvolvimento das práticas turísticas no município de Prudentópolis, destas três primeiras indicações replica-se até o ponto de saturação, no total foram identificadas 17 pessoas na rede de turismo desta técnica, permitindo compor a rede utilizando dos sociogramas, que geraram a visualização da estrutura e dos padrões da rede. Deste modo, fatores como os graus de conectividade (*degree*), de proximidade (*closeness*) e de intermediação (*betweenness*) presentes na rede social permitiram analisar as dinâmicas das redes, de acordo com as possibilidades fornecidas pelos *softwares* Ucinet e Netdraw, Borgatti, Everett e Freeman (2002). Neste estudo foram priorizados os graus de conectividade e intermediação.

### 4.1 REDES DE AGENTES PRODUTORES DE TURISMO

Um ponto inicial de análise das redes de agentes é relacionar o vínculo do agente com o seu posicionamento na rede e, assim, identificar se são as iniciativas públicas, privadas ou mistas que comandam ou influenciam as ações. O sociograma da figura

4 apresenta uma rede de agentes composta por 17 membros que atuam no turismo em Prudentópolis e região. A estrutura da rede revela uma forte conectividade a partir de um agente do setor público, que cumpre importante papel de intermediação das atividades de turismo, conforme se constatou, também, com a aplicação de entrevistas.

FIGURA 4 – REDE DE AGENTES PRODUTORES DE TURISMO – PRUDENTÓPOLIS (PR)



FONTE: Os autores (2020)

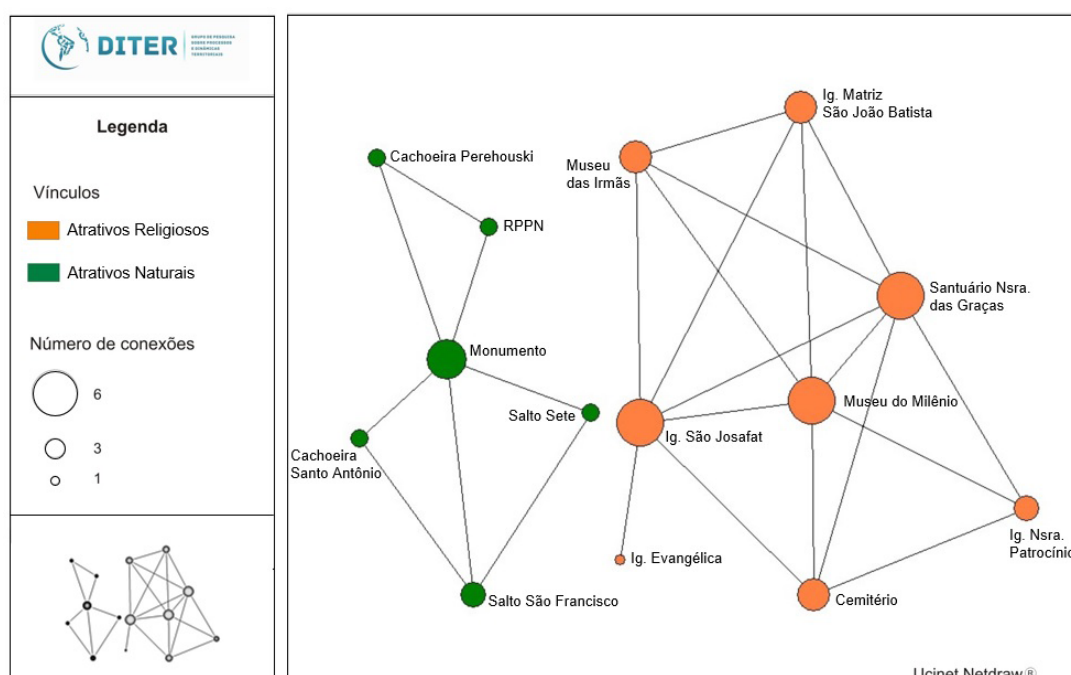
A centralidade desempenhada pelo agente do setor público pode ser interpretada como algo que integra e dinamiza a rede. Mas por outro lado pode ser um entrave a uma constituição em rede mais aberta, ampla e dinâmica que envolva maior descentralização, em que as decisões não sejam tão influenciadas por um único agente ou segmento participativo.

A própria ideia de rede passa a ser questionada se a centralização se sobrepõe a uma articulação distribuída e complexa. Essa maior abertura poderia, inclusive, contar com mais agentes externos ao município e parcerias que aumentassem a abrangência de atuação. Estas argumentações podem ser consideradas em sintonia com o perfil de turismo almejado, de acordo com os agentes do município que fomentam o turismo.

## 4.2 REDES DE PONTOS TURÍSTICOS

Seguindo a mesma técnica de saturação a partir de três indicações, as redes de pontos de turismo foram caracterizadas. Elas revelam o potencial de parcerias e demais interações entre os atrativos turísticos. Particularmente, neste caso, a figura 5 mostra que surgiram duas estruturas de redes de pontos turísticos. Dois pontos turísticos se destacaram nas respectivas redes, o Monumento Natural Salto São João, e a Igreja São Josafat, que apresentam maior número de conexões.

FIGURA 5 – REDE DE PONTOS DE TURISMO – PRUDENTÓPOLIS (PR)



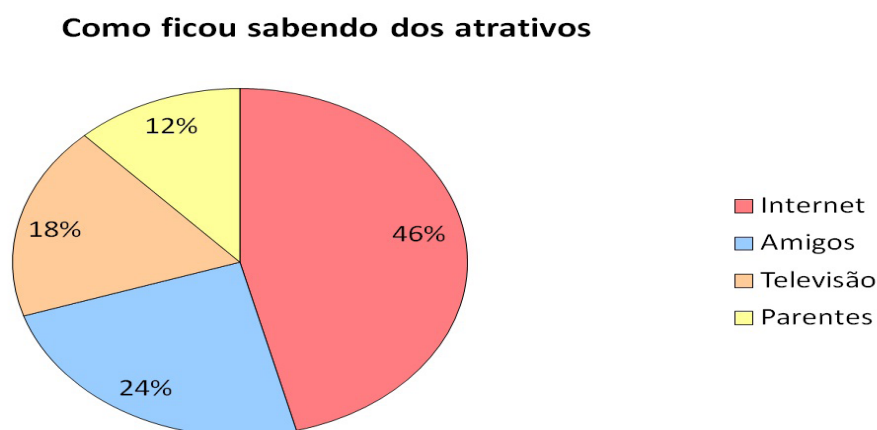
FONTE: Os autores (2020)

Os padrões identificados revelam dois universos de turismo bem distintos no município (figura 5), um relativo ao ecoturismo e outro ao turismo religioso. O fato desse padrão estar mais visível nesta rede do que na dos agentes mostra a importância de se identificar as redes a partir de diversas matrizes, revela também que a não integração desses dois tipos de atrativos. Em termos de reciprocidade nas atividades desenvolvidas, não ativa vínculos que poderiam maximizar o turismo ao criar parcerias entre tipos mais distantes, ampliando as possibilidades de divulgação e acesso aos turistas.

### 4.3 REDES SOCIAIS ON-LINE DE TURISMO

O papel das redes sociais *on-line* e das mídias sociais é cada vez mais importante na divulgação e apoio ao turismo. Tais redes auxiliam no papel de marketing turístico, por meio de divulgação dos pontos de visitação com o uso de fotografias, lives, vídeos, postagens com as observações sobre a infraestrutura básica e qualidade dos atrativos, como hospedagens e restaurantes, podendo, inclusive, ser observado o fluxo de frequentadores por meio das postagens e marcações dos locais visitados em endereços eletrônicos, além das peculiaridades do local que será visitado isso tudo instigando o imaginário de quem se interessa pelos atrativos (PERINOTTO, 2013).

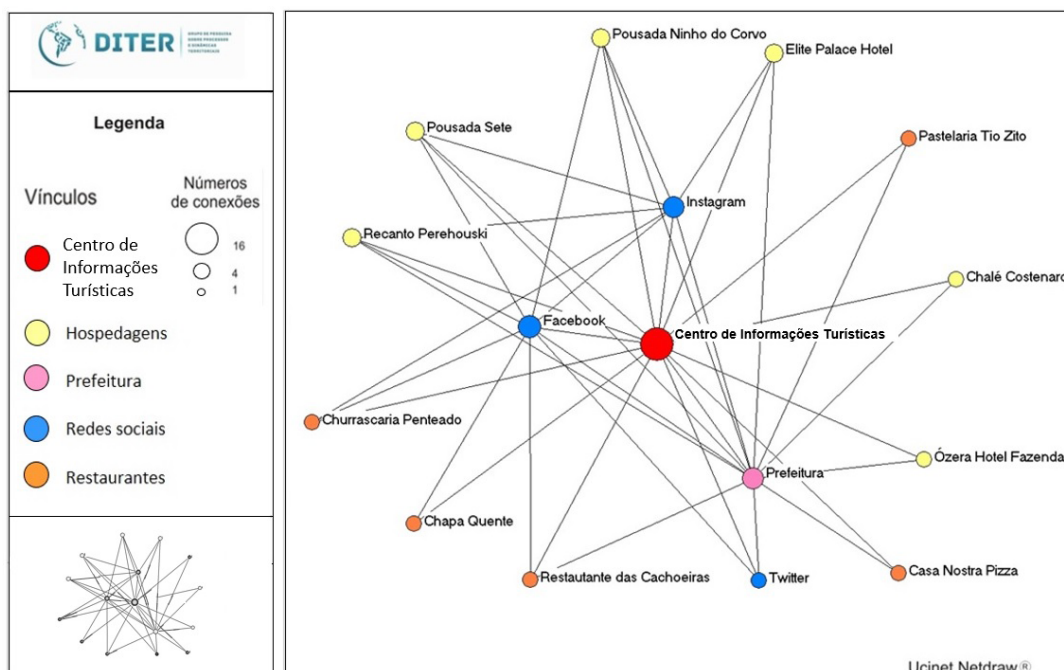
FIGURA 6 - MEIOS DE INFORMAÇÃO SOBRE OS ATRATIVOS TURÍSTICOS - PRUDENTÓPOLIS (PR)



FONTE: Os autores (2020)

O importante papel da internet no processo de divulgação do turismo no município pode ser observado na figura 6, elaborada a partir de questionário específico sobre divulgação e uso dos atrativos turísticos. Composto as redes presentes na internet as redes sociais *on-line* e as mídias sociais apresentam uma organização em rede bem específica no município. A caracterização dessas redes também segue a técnica de saturação, porém com base na divulgação interna das próprias páginas e sites. A interação identificada chama a atenção pela ausência de redes sociais *on-line* ou mídias sociais dos agentes ou atrativos religiosos. Entre as poucas referências a este segmento de atrativos constam apenas algumas de divulgação e não como endereço eletrônico ou link de acesso que redirecione diretamente *on-line*.

FIGURA 7 - CONEXÕES ENTRE AS REDES SOCIAIS DIGITAIS – PRUDENTÓPOLIS (PR)



FONTE: Os autores (2020)

Os papéis de maior ou menor conectividade e intermediação podem ser observados na figura 7, em que é possível notar a posição das redes sociais *on-line* dos atrativos, empresas e prefeitura, enquanto enquanto organizações ligadas ao turismo. O Centro de Informações Turísticas de Prudentópolis (INFOTUR) e a Prefeitura Municipal aparecem com maior número de conexões. Redes como Facebook e Instagram também são destaques como mediadores na divulgação geral dos pontos turísticos do município.

De modo geral as redes ligadas ao turismo parecem possuir certa tendência à formação de redes mais amplas e complexas que vão incluindo e fazendo parte de outras redes, gerando uma infinidade de conexões. Por um lado, o potencial das redes, presente nas redes sociais *on-line*, não se transferiu para a efetiva prática do turismo. Muitas práticas de turismo não se expõem ou não utilizam todo potencial das redes sociais *on-line* e das mídias sociais para criação de novos conteúdos.

As redes no pós-pandemia serão muito acionadas para tomada de posições e decisões em diferentes escalas geográficas. Investir em como, em quais e com que características participar das redes é antecipar-se a um padrão de demandas que certamente se constituirá. No entanto, como outras iniciativas econômicas, o turismo se posiciona entre aspectos negativos e positivos nas sociedades contemporâneas. Utilizar as redes para o turismo deve também considerar criar dinâmicas de turismo que respeitem o meio ambiente e a vida social e econômica em suas diferentes manifestações.

Um componente importante dos mais diferentes tipos de rede, e que sempre está em destaque, é a visibilidade na rede. Assim, quanto mais aberta a rede mais visibilidade pode gerar.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A natureza geográfica das redes do turismo permite uma série de possibilidades de investigação científica. Composta por diferentes conjuntos de redes geográficas a Geografia do Turismo ganha força por sua potencialidade de análise e pelas contribuições realizadas e em curso. As diferentes dimensões das abordagens existentes na união entre geografia, turismo e redes estão por ser exploradas. Nesse estudo buscou-se mostrar um breve percurso, nesse sentido, e evidenciar a importância dessas perspectivas em conjunto, particularmente analisando o caso de Prudentópolis (PR).

O mundo reticulado torna-se cada vez mais o mundo digitalizado em ambientes repletos de acessórios tecnológicos. A ação humana, exploratória do mundo a partir de contatos físicos ou mediados por técnicas e tecnologias, se realiza a partir de constantes redefinições. No caso do turismo inúmeras mídias digitais podem ser acionadas por diferentes agentes de turismo, que centralizam ou são centrais nas redes, podendo influenciar na comunicação. No turismo muitos agentes atuam em rede ou deverão atuar futuramente e poderão adaptar-se aos novos padrões sociais impostos pelas mudanças de 2020.

O caso de Prudentópolis (PR) revelou uma amostra importante da articulação em rede para o turismo, particularmente em contexto que os limites dos investimentos e as potencialidades turísticas estavam em conflito, no sentido em que os constrangimentos de caráter ambiental e de acesso rivalizam com o fomento ao turismo. No novo cenário influenciado pela pandemia da Covid-19 essa rede poderá ser valorizada por uns e desvalorizada por outros fatores, enquanto o espectro de 2020 perdurar pois, dependendo da intensidade dos níveis de isolamento social, muitas nuances podem surgir.

A rede de turismo identificada no município apresentou inúmeros aspectos geográficos, como as especificidades dos lugares, as características regionais e ambientais enquanto âmbitos socioespaciais conectados, particularmente articulados, mostrando a importância dos estudos sobre redes para avaliar os padrões, os limites e potencialidades. O estudo também possibilitou uma forma diferente de abordagem sobre o turismo e suas respectivas práticas econômicas do local, seja pelo turismo religioso ou pelo ecoturismo, pois permitiu compreender o caráter reticulado das relações e dimensões *on-line* das interações em rede, levando a visualizar diferentes níveis das ações turísticas.

Resta saber quais agentes e setores das redes de turismo de Prudentópolis serão mais ativados ou negligenciados no novo cenário e, também, compreender a capacidade de rearticulação e adaptação das redes de turismo nessa nova situação.

A partir de um novo olhar para a preservação ambiental e para a valorização e respeito das culturas e ativação de novas solidariedades e sociabilidades novos campos de ação podem se abrir. E, assim, mais que assistir essas transformações, os agentes produtores do turismo podem realizar um marco social e ambiental para o setor.

Este artigo buscou apresentar um estudo de caso com base na análise de redes e contribuir para o debate de tema tão relevante, no entanto, devido ao grau de abrangência do tema e das especificidades dos recortes adotados, ele tem limites que podem ser ultrapassados em futuros trabalhos. Por exemplo, em relação à visibilidade que a rede pode gerar, que não se trata só de visibilidade de negócios, mas também dos níveis de proteção e degradação ambiental, dos riscos gerados para pessoas e suas respectivas comunidades, da valorização do patrimônio comum, entre outras, compondo, assim, temas para propostas de futuras pesquisas.

## REFERÊNCIAS

- BECKER, E. L. S. Geografia e Turismo: Uma Introdução ao Estudo de suas Relações. **Revista Rosa dos Ventos**. UCS: Caxias do Sul, p. 52-65, 2014. Disponível em: [http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2333/pdf\\_216](http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2333/pdf_216) Acesso em: 10 ago. 2020.
- BENKO, G. Economia urbana e regional na virada de século. In: RIBEIRO, M.T.F.; MILANI, C.R.S.(orgs). **Compreendendo a complexidade socioespacial contemporânea: o território como categoria de diálogo interdisciplinar**. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/37t/pdf/ribeiro-9788523209322-05.pdf> Acesso em: 6 ago. 2020.
- BORGATTI, S. P.; EVERETT, M. G.; FREEMAN, L. C. **UCINET 6 for Windows: software for social network analysis: User's guide**. Analytic Technologies, (2002) 2005.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico**. USC, São Paulo, 2002.
- BRANCO, J. G. **A pronúncia do latim na liturgia da Igreja Católica**. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra: Humanitas. v. 1, 1947.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior**. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 19 jul. 2020.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro: Programa de regionalização turística**. 2020a. Disponível em: <<http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**. 2020b. Disponível em: <<http://regionalizacao.turismo.gov.br>. Acesso em: 26 ago. 2020.

BURGOS, A; MERTENS, F. A perspectiva relacional na gestão do turismo de base comunitária: o caso da Prainha do Canto Verde. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v.15, n.1., p.81-98, 2015. Disponível em: [http://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/SEGUIMI-EVALU-CAMBIOS-ARS/ARS/burgos\\_mertens\\_2\\_015\\_2.pdf](http://ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/SEGUIMI-EVALU-CAMBIOS-ARS/ARS/burgos_mertens_2_015_2.pdf). Acesso em: 3 ago. 2020.

CAPEL, H. Geografía en red a comienzos del Tercer Milenio. Por una ciencia solidaria y en colaboración. Scripta Nova. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. v.14, n.313, Barcelona, 1 de febrero de 2010, vol. XIV, nº 313 <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-313.htm>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

CONCEIÇÃO, A. H. Q.; MOLLO NETO, M.; CONCEIÇÃO, L. F. M.; CONCEIÇÃO NETO, H. F. L.; CAPELAS, M. Mapeamento das relações entre as empresas do setor gastronômico da Região Metropolitana de Manaus. **Enciclopédia Biosfera**. Goiânia, v.10, n.19; p. 2014. Disponível em: <http://conhecer.org.br/enciclop/2014b/CIENCIAS%20SOCIAIS/mapeamento%20de%20relacoes.pdf>. Acesso em: 3 ago. 2020.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

DI FELICE, M. TORRES, J. C., TANAZE, L. K. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. São Paulo: Annablume, 2012.

ENDRES, A. V.; PAKMAN, E. T. A governança das políticas de turismo: o papel dos espaços de participação na perspectiva da análise de redes e da teoria institucional. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.13, n.1, p. 1-18, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i1.1431RBTUR>, Acesso em: 10 jul. 2020.

FERNANDES, C. S.; SANTOS, G. A. **Geografia das Redes**. Curitiba: Intersaberes, 2020.

FLECHA, A. C.; SILVA, A. V. C.; FUSCO, J. P. A. ; BERNARDES, A. T. Redes de empresas e seus efeitos sobre o turismo. **Revista Administração de Empresas**, v.52, n.4, p.386-406, 2012. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902012000400003](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902012000400003). Acesso em: 12 ago. 2020.

FUSCO, J. P. A; BUOSI, G. R. C; RUBIATO, R. C. Modelo de redes simultâneas para avaliação competitiva de redes de empresas. **Gestão & Produção**, v. 12, n. 2, p. 151-163, maio-agosto, 2005.

GUILARDUCCI, B. C.; FRATUCCI, A. C. Análise da rede social da Instância de Governança do Circuito Turístico Caminho Novo, MG: uma perspectiva sistêmica e complexa. **RBTUR**, São Paulo, 14 (1), p.140-160, jan./abr. 2020. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/338583827\\_Analise\\_da\\_rede\\_social\\_da\\_Instancia\\_de\\_Governanca\\_do\\_Circuito\\_Turistico\\_Caminho\\_Novo\\_MG\\_uma\\_perspectiva\\_sistemica\\_e\\_complexa](https://www.researchgate.net/publication/338583827_Analise_da_rede_social_da_Instancia_de_Governanca_do_Circuito_Turistico_Caminho_Novo_MG_uma_perspectiva_sistemica_e_complexa) Acesso em: 08 abr. 2021.

HAESBAERT, R. **Territórios alternativos**. São Paulo: Contexto, 2002.

HOFFMANN, V. E.; OLIVEIRA, B. P. de.; BROCCHI, J. T. Instituições de Suporte ao Turismo nos Destinos de Alto Paraíso e Pirenópolis: uma análise sob a perspectiva das redes interorganizacionais. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 16 n. 1, p. 74-94, abr. 2016. Disponível em: [file:///C:/Users/Luciano/Downloads/Hoffmann\\_Oliveira\\_Brocchi\\_2016\\_Instituicoes-de-suporte-ao-tur\\_42132.pdf](file:///C:/Users/Luciano/Downloads/Hoffmann_Oliveira_Brocchi_2016_Instituicoes-de-suporte-ao-tur_42132.pdf) Acesso em: 10 jul. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Biblioteca**: Prudentópolis (PR). Rio de Janeiro. 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br>. Acesso em 10 fev. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Estimativa da População**. Rio de Janeiro. 2020a. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 10 ago. 2020.

INFOTUR. **Centro de Informações Turísticas de Prudentópolis**. Disponível em: <http://infoturprudentopolis.blogspot.com/>. Acesso em: 11 abr. 2020.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno estatístico**: município de Prudentópolis. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br>. Acesso em: 02 jul. 2020.

LOIACONO, M. A Igreja Ortodoxa no Brasil. São Paulo: **Revista USP**, n.67, p.116-131, 2005.

PERINOTTO, A. R. C. Investigando a comunicação turística de Parnaíba/PI-Brasil: Internet e redes sociais, descrição e análise. Málaga/ Espanha. **TURyDES-Revista de investigación en turismo y desarrollo local**, v. 6, n. 15, 2013.

PORTER, M. E. Clusters and the new economics of competition. **Harvard Business Review**, New York, v. 76, n. 6, p. 77-90, nov./dec. 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL. Prudentópolis (PR). **Turismo**. Disponível em: <https://www.prudentopolis.pr.gov.br/turismo/>. Acesso em: 10 jan. 2020.

RODRIGUES, A. A. B. Geografia e turismo: notas introdutórias. **Revista do Departamento de Geografia**, São Paulo, n.6, p.71-82,1992.

RODRIGUES, A. A. B. **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3ª ed. Editora Hucitec, São Paulo, p. 17-32, 2001.

ROSSONI, L. **A dinâmica de relações no campo da pesquisa em organizações e estratégia no Brasil**: uma análise institucional. Dissertação (Mestrado em Administração) - Curso de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

SOUZA, M. L. **Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, M. L. Redes. In: SOUZA, M. L. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2013.

SUZIGAN, W. (Coord.) **Identificação, mapeamento e caracterização estrutural de Arranjos Produtivos Locais no Brasil**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. 2006. Disponível em: [http://www3.eco.unicamp.br/Neit/images/destaque/Suzigan\\_2006\\_Mapeamento\\_Identificacao\\_e\\_Caracterizacao\\_Estrutural\\_de\\_APL\\_no\\_Brasil.pdf](http://www3.eco.unicamp.br/Neit/images/destaque/Suzigan_2006_Mapeamento_Identificacao_e_Caracterizacao_Estrutural_de_APL_no_Brasil.pdf). Acesso em 10 ago. 2020

VELÁZQUEZ, O. A. & AGUILAR, N. **Manual introductorio al análisis de redes sociales**: Medidas de centralidad. Ejemplos prácticos con UCINET 6.85 y NETDRAW 1.48. México: UAEM, 2005.

Recebido em: 01-09-2020.

Aprovado em: 01-05-2021.

**TS**