

A rede geográfica como método de análise da atividade turística

SUELEN DE LEAL RODRIGUES * [slrgeo@yahoo.com.br]

MARCELINO DE SOUZA ** [marcelino.souza@uol.com.br]

IVO ELESBÃO *** [ivoelesbao@yahoo.com.br]

Resumo | O objetivo principal deste artigo foi propor um sistema de análise da atividade turística, alicerçado nas dimensões organizacional, temporal e espacial das redes geográficas. Metodologicamente foi empregue uma análise bibliográfica, que destacou o entendimento de rede na ciência geográfica e a rede como estrutura organizacional para a atividade turística. Considerando que o turismo cria redes de dimensões materiais e imateriais envolvendo diversos segmentos, a estrutura da rede geográfica oferece um entendimento relacional e integrado dos principais elementos que compõe a rede do setor turístico, contribuindo, desta forma, para um planejamento mais eficiente das atividades turísticas.

Palavras-chave | Redes, Geografia, Turismo, Desenvolvimento, Planejamento.

Abstract | The main aim of this article was to propose a system of analysis for tourist activities based on organizational, temporal and spatial dimensions of geographical networks. Methodologically, a bibliographical analysis was employed. It highlighted the understanding of networks in geographical science and networks as organizational structures for tourist activities. Whereas tourism creates networks of material and immaterial dimensions which involve different segments, geographical network structures provide a relational and integrated understanding of the main elements that constitute the network of the tourist sector contributing in this sense to a more efficient planning of tourist activities.

Keywords | Networks, Geography, Tourism, Development, Planning.

* **Pós-Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural** na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil), **Doutora em Geografia** pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil.

** **Doutor em Engenharia Agrícola** pela Universidade Estadual de Campinas (Brasil). **Professor Associado** do Departamento de Economia e Relações Internacionais e dos Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e de Agronegócio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.

*** **Doutor em Geografia (Organização do Espaço)** pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil. **Professor Adjunto** na Universidade Federal de Santa Maria, Brasil.

1. Introdução

Ao tratar da cooperação em rede para efetivação ou manutenção da atividade turística Teixeira (2012) destacou que uma das principais características do atual ambiente organizacional tem sido a necessidade das empresas atuarem de forma conjunta para aumentar a eficiência das suas ações. No turismo as redes são tratadas como instrumentos operacionais e utilizadas para criar vantagens competitivas.

A temática das redes é explorada por várias áreas do conhecimento e o seu entendimento pode ter um caráter material ou social; no caso das redes geográficas estas podem ser definidas como redes sociais projetadas espacialmente. A dinâmica de organização espacial está diretamente ligada à divisão territorial do trabalho e à hierarquia econômica dos lugares, que ganha uma maior fluidez espacial através das redes técnicas notadamente concentradas nas cidades globais, centros emissores de capital, poder e técnica. Portanto, o estudo das redes é amplo e, resumidamente, podem citar-se alguns estudos como o de Camagni (1993) que trata da colaboração das redes urbanas, o de Maillat (2002) que faz menção ao ordenamento territorial da produção na criação de vantagens competitivas, e os de Corrêa (2010, 2012) que tratam das dimensões de análise das redes geográficas.

No espaço deste texto defende-se a ideia de que uma análise da atividade turística sob o viés da rede geográfica pode contribuir para ampliar o entendimento das complexas redes materiais e imateriais criadas pela atividade turística.

O objetivo principal deste artigo foi propor um sistema de análise da atividade turística alicerçado no trabalho de Corrêa (2010), que entende a rede geográfica sob o viés organizacional, temporal e espacial, dimensões presentes no sistema turístico.

Metodologicamente foi empregue uma análise bibliográfica, que destacou o entendimento de rede na ciência geográfica e a rede como estrutura organizacional para a atividade turística. A análise bibliográfica, de acordo com Creswell (2007, p. 46),

“fornece uma estrutura para estabelecer a importância do estudo e um indicador para comparar os resultados de um estudo com outros resultados”.

Portanto, para elucidar sobre a estrutura teórica que o texto percorre, o artigo apresentará: na primeira secção, a rede na compreensão da geografia; na segunda secção, o entendimento de rede para o turismo; na terceira secção, uma proposta de análise do turismo através das dimensões da rede geográfica; na última secção, algumas discussões sobre a análise turística sob o viés geográfico.

2. Redes geográficas

A noção de rede é trabalhada por diversas ciências, que denotam um sentido específico de acordo com o seu campo de análise. As definições de rede, portanto, podem assumir múltiplos entendimentos, mas no espaço deste texto será destacado o entendimento geográfico e a sua aplicabilidade na análise das atividades turísticas.

Para a ciência geográfica a rede é um elemento intrínseco no estudo das organizações sociais sobre o espaço. Ao tratar da produção e das características da rede Santos (2006) descreveu que o primeiro momento da formação das redes foi o período ‘pré-mecânico’, marcado pelo império do natural, onde as redes se formavam espontaneamente, pelo que havia uma pequena vida de relações, o consumo era limitado e as trocas eram poucas e menos frequentes, a competitividade entre grupos territoriais era praticamente inexistente e o tempo era medido pelo tempo cósmico, ou seja, regulado pelos fluxos do meio natural. O sistema de trocas foi ampliado com o advento da moeda e as rotas intercontinentais passaram a constituir as primeiras grandes redes comerciais; no entanto, foi nos séculos XV a XVII, com a expansão marítima da Europa, que se formou um comércio de escala mundial, passando as redes transcontinentais de comércio a exercer um papel fundamental na solidificação das atividades mercantis. O segundo momento, de acordo

com Santos (2006), foi o ‘mecânico intermediário’, caracterizado pelo desenvolvimento das técnicas. Este período terá surgido com o Renascimento e o florescer das cidades; houve a evolução das técnicas, dos transportes e das fontes de energia, fatores que aumentaram a velocidade dos fluxos de produção, medidos pelo tempo do relógio.

Os primeiros estudos que tratam da rede como elemento organizador do espaço surgem no século XIX, atrelados ao processo de aceleração dos fluxos de produção e comercialização. Dias (1995) destacou os estudos de Saint-Simon (filósofo e economista francês) que, na sua obra *Le nouveau Christianisme* de 1825, defendia a criação de um Estado organizado por cientistas e industriais, e fazia a apologia ao trabalho reprovando o tempo de ócio, pois este seria inútil na sociedade industrial. A partir das ideias presentes nas obras de Saint-Simon, em 1882, engenheiros como Michel Chevalier passaram a utilizar o termo ‘redes’ para tratar da integração entre redes de comunicação, assim conetando estradas de ferro, canais fluviais e a circulação de bens materiais e imateriais, como no caso dos capitais. Em 1865, o engenheiro Leon Lallane propôs um projeto de redes férreas integrando mercados regionais, sendo este o primeiro ensaio teórico consagrado às redes. Os capitais ganharam destaque, em 1955, com a obra do geógrafo Jean Labasse – *Os capitais e a região* –, pois nesta obra o autor mostrou a instalação da febre bancária na França e a junção do capital com a rede material das vias de comunicação, no caso, a rede férrea. No Brasil, Pierre Monbeig, na sua tese de 1952, tratou de um capítulo intitulado *Regiões e rede*, onde mostrava a influência dos capitais cafeeiros na organização territorial das redes férreas (Dias, 1995).

Modelos de organização espacial foram apresentados por Von Thünen, em 1896, e Weber, em 1909, para o entendimento da dinâmica espacial da economia. No entanto, foi Walter Christaller, a partir da sua obra *Teoria dos Lugares Centrais* de 1933, que veio a propor uma análise da atividade turística. O avanço técnico do capitalismo e a sua divisão

internacional do trabalho levaram à organização de uma rede hierarquizada de distribuição varejista e de serviços, especializados de acordo com a sua importância, criando localidades centrais e periféricas. Transpondo esse entendimento para áreas turísticas, Christaller (1964), comparou grandes cidades, que centralizam produtos e serviços, e áreas periféricas, onde predomina a oferta de espaços naturais, concluindo que a atividade turística podia ser uma forma de descentralizar capitais para as áreas periféricas, as quais apresentariam melhores condições para a localização de lugares turísticos.

Na teoria de Christaller existe uma relativa imobilidade dos produtos, serviços e consumidores, no entanto, a terceira fase de produção e formação das redes, segundo Santos (2006), consiste na fase pós-moderna atual, marcada pela revolução técnica e informacional, pautada na acumulação flexível e na descentralização da produção potencializadas pelo dinheiro e capital. Para Moreira (2007) o aumento da mobilidade territorial de pessoas, produtos e objetos criou inúmeras redes de circulação. Este processo intensificou a ‘desterritorialização’, a fuga dos territórios, e a ‘reterritorialização’, a construção de novos territórios.

Ao tratar das abordagens teóricas sobre o território e as redes, Haesbaert (2007) sistematizou três grandes abordagens: uma que subordina a rede ao território; outra que dicotomiza o território e a rede; outra que percebe o território e a rede juntos. Esta última é a visão defendida por Haesbaert, pois o território “é sempre composto por áreas ou zonas, nós ou polos e linhas e fluxos que, articulados, configuram redes” (Haesbaert & Porto-Gonçalves, 2006, p. 141). A rede para Haesbaert (2004, p. 294) tem um duplo caráter de territorializar e desterritorializar, “o que faz com que os fluxos que por elas circulam tenham um efeito que pode ser ora de sustentação, mais ‘interno’ ou construtor de territórios, ora de desestruturação, mais ‘externo’ ou desarticulador de territórios”.

Na atualidade existem redes locais e globais, de complementaridade e de sinergia, onde a organiza-

ção dos fixos e a velocidade dos fluxos está diretamente ligada aos centros de decisão; desta forma, os processos de territorialização e desterritorialização são determinados pelos centros hegemônicos de capital e poder. Neste sentido, para Raffestin (1993, p. 157), "toda rede é uma imagem do poder ou, mais especificamente, do poder do ou dos atores dominantes". É neste sentido que o estudo das redes aplicado às práticas espaciais, ou seja, atividades da sociedade projetadas espacialmente, ganha relevância, pois o poder presente nas relações em rede está em todo o lugar. A dimensão do poder faz-se presente na dimensão social e política das redes geográficas, sendo hoje em dia uma forma organizacional incentivada pelo Estado para dinamizar e criar vantagens competitivas em territórios menos densos de capital, técnica e informação. Na escala global existe um controle das grandes corporações no domínio das principais redes de comunicação e circulação, no qual os fixos, ou seja, os centros emissores do poder, se concentram nos países desenvolvidos.

Das considerações expostas até o momento, a 'rede' é um elemento de conexão e de mobilidade dos elementos materiais e imateriais presentes na organização da sociedade desde os povos primitivos. Mas a rede moderna ressurge com advento das técnicas no processo de divisão territorial do trabalho, que aumenta com a revolução 'técnica científica e informacional' (Santos, 2006, p. 178), envolvendo todos os avanços da microeletrônica.

Entre as definições atribuídas à 'rede', Santos (2006, p. 176) destacou que estas se podem dividir em duas grandes matrizes: "a que considera apenas o seu espaço, a sua realidade material, e uma outra, onde é levado em conta o dado social".

A definição de redes adotada neste artigo é a definição apresentada por Corrêa (2012, p. 200),

As redes geográficas são redes sociais espacializadas. São sociais em virtude de serem construções humanas, elaboradas no âmbito de relações sociais de toda ordem, envolvendo poder e cooperação, além daquelas outras esferas da vida.

As redes geográficas, de acordo com Corrêa (2010), podem ser analisadas segundo três dimensões básicas: a dimensão organizacional, temporal e espacial. A atividade turística, como toda a atividade social, possui redes de dimensões sociais, econômicas e políticas, que quando espacializadas ganham dimensão geográfica, por exemplo, a rede de hotéis, de agências e de pontos turísticos, são elementos espaciais localizáveis, ou seja, fixos que estabelecem inúmeras relações com os fluxos de informação, capital e poder.

O estudo das redes aplicado a uma determinada atividade revela-se imprescindível. É na rede geográfica, e nas suas múltiplas escalas de ação, que se pode realizar uma análise mais ampla para entender como se organiza territorialmente o trabalho. Utilizando as palavras de Castells (1999, p. 565),

[As] redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica das redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos de experiência, poder e cultura.

Na próxima secção do artigo será resumidamente explorado o contexto de estudo das redes no âmbito da literatura que trata de redes e turismo.

3. Redes em turismo

O objetivo desta secção é apresentar, resumidamente, como aparece a rede nos estudos voltados para a análise da atividade turística; portanto, foram selecionados os pontos principais de alguns trabalhos que abordam a temática.

As redes dentro dos estudos relativos ao turismo assumem um caráter organizacional para operacionalizar vantagens competitivas em termos econômicos, sociais e espaciais.

Na prática, o objetivo da Rede para o turismo é fazer com que seus integrantes, as pessoas – físicas ou

jurídicas – consigam colaborar entre si, compartilhar conhecimentos, capacitar-se, dividir riscos e responsabilidades, conquistar novos mercados, reduzir custos, qualificar produtos e serviços, e ainda desfrutar do acesso às novas tecnologias. (Ministério do Turismo do Brasil, 2007, p. 17)

Em seguida, sistematizando resumidamente alguns estudos que trataram das redes no turismo, são identificados trabalhos que utilizaram o termo ‘rede de negócio’, ‘rede social’, ‘rede de cooperação’, ‘rede territorial’, ‘rede de gestão’ e ‘rede política’.

Ao tratar das relações estabelecidas entre as diversas empresas turísticas, Donaire, Silva e Gaspar (2009) analisaram a rede de negócios no turismo, as suas características e implicações. Para estes autores, a ‘rede de negócio’ no turismo tem com objetivo elevar a competitividade das empresas, mas, para isso, o elemento da colaboração é vital para o funcionamento da rede. Não estanques ao tema da rede de negócios no turismo, Ducci e Teixeira (2010) abordaram o papel da rede como formadora de um capital voltado para a criação de novos empreendimentos. Utilizaram o termo ‘rede social’, equiparando-o ao conceito de ‘capital social empreendedor’, no qual as redes assumem o papel de mobilizar novos empreendimentos. Birley (1985) destacou que na formação de um novo empreendimento, para além das redes formais de informação, o empreendedor também busca o auxílio das redes informais, pautadas por laços sociais de confiança e de colaboração.

Ao tratar da ‘rede de cooperação’ entre pequenas empresas do setor turístico, Silva (2004), citando Schimitz (1996), retomou o conceito de ‘eficiência coletiva’, no qual as empresas organizadas sob a forma de cooperação conseguem obter ganhos que a um nível individual não alcançariam, pois a cooperação empresarial é um fator que ajuda a superar limitações e a aumentar a competitividade. Deste modo, os efeitos de proximidade e aglomeração permitem reduzir os custos e favorecem a criação de economias em rede; aqui entrariam os estudos que exploram as redes a partir de *clusters* turísticos. No

mesmo sentido, Czajkowski e Cunha (2010) utilizaram as redes de cooperação para analisar aglomerados de turismo rural. Já Carvalho (2009) utilizou o termo ‘rede territorial’ para designar ações de organização em rede em escalas locais, para a promoção e gestão participativa do turismo em Aldeias do Xisto (Centro de Portugal). Neste estudo, o autor debateu a importância da elaboração de um plano estratégico para a atividade turística, envolvendo a definição de um plano integrado de ações políticas e a mobilização e cooperação dos atores sociais.

Analisando o papel da ‘rede de gestão’ na competitividade do setor turístico, Romeiro (2009), no seu estudo sobre o Valle del Jerte (Extremadura, Espanha), constatou que a gestão em rede do turismo rural é impulsionadora das inovações em termos de estruturação, diversificação e valorização dos produtos e serviços, passando pela gestão, promoção e comercialização.

Ao considerar a dimensão da gestão na atividade turística, Endres (2003) utilizou o termo ‘rede política’ na análise do processo de descentralização das ações do Estado no processo de planeamento do turismo. Assim, as redes políticas seriam estratégias de planeamento para a complexidade de ações que o setor turístico demanda. A complexidade do setor turístico é determinada pela multiplicidade de segmentos que o compõem, exigindo uma ação conjunta de órgãos governamentais, empresários, associações e comunidade. Desta forma, segundo Endres (2003), as redes políticas criam uma nova governança entre o Estado e a sociedade.

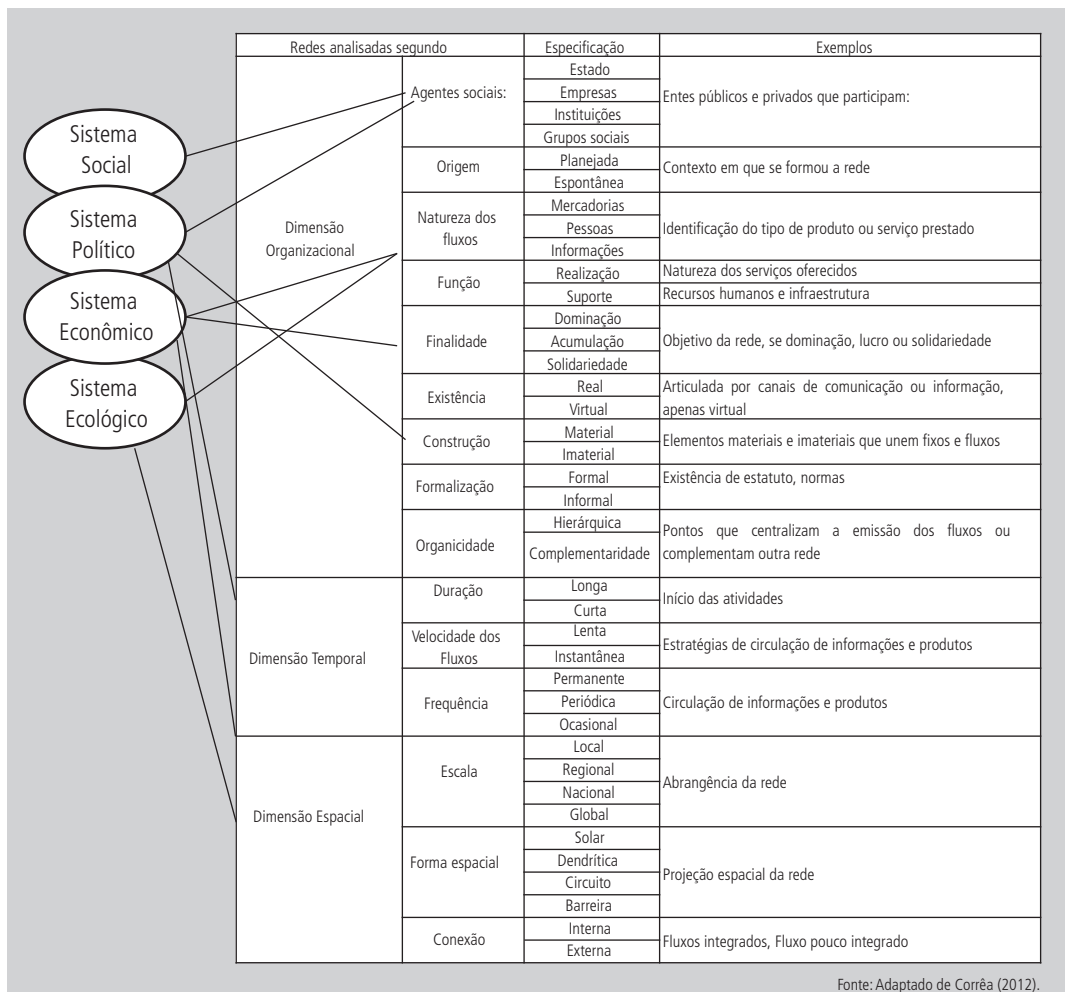
As abordagens que tratam de turismo e redes não são estanques e muitas aparecem com denominações diferentes, porém sinônimas, pois referem-se ao mesmo processo, mas com o emprego de termos distintos. Retomando o entendimento de que a rede geográfica é uma construção social projetada espacialmente, a atividade turística e as suas redes podem ser analisadas de forma integrada nas dimensões de análise organizacional, temporal e espacial propostas por Corrêa (2010), comportando os subsistemas presentes na atividade turística.

As redes geográficas estão integradas nos sistemas turísticos. Leiper (1979, citado por Osorio, 2005), ao propor uma visão sistêmica para o turismo, sistematizou três elementos para o sistema turístico: (i) o turista, que seria o principal ator dentro do sistema; (ii) os elementos geográficos, divididos em região de origem dos turistas, região de destino turístico e região de trânsito ou rota; (iii) a indústria turística. Para Osorio (2005) estes elementos interagem entre si e estabelecem uma rede de comunicação e de transações nas áreas geográficas designadas.

No contexto brasileiro, Beni (1990) elaborou um modelo de sistema turístico (SISTUR) que privilegia

três grandes conjuntos: (i) relações ambientais; (ii) organização estrutural; (iii) ações operacionais. O sistema das relações ambientais compreende os subsistemas ecológico, social, econômico e cultural; no conjunto da organização estrutural entra o subsistema da superestrutura e da infraestrutura; o conjunto das ações operacionais é representado pelo subsistema de mercado.

Os elementos presentes nos modelos de avaliação sistêmica comportam elementos presentes nas três dimensões básicas das redes geográficas. Portanto, na próxima secção será construída uma proposta de análise da atividade turística sob o entendimento de rede geográfica.



Fonte: Adaptado de Corrêa (2012).

Figura 1 | Sistema da atividade turística através das dimensões da rede geográfica.

4. Proposta de análise da atividade turística sob o viés da rede geográfica

A proposta de análise da atividade turística sob o entendimento de rede geográfica não consiste em assumir este como um método único, mas antes mostrar uma possibilidade de análise das complexas relações criadas pela atividade turística.

A estrutura de análise proposta para a atividade turística utiliza o modelo das dimensões da rede geográfica apresentadas por Corrêa (2010). As dimensões propostas são a organizacional, temporal e espacial (Figura 1).

A *dimensão organizacional* só tem concretude se estiver relacionada com o tempo e o espaço, “a dimensão abrange os agentes sociais da rede, a origem da rede, a natureza dos fluxos, a função e a finalidade, sua existência e construção e sua formalização e sua organicidade” (Corrêa, 2010, p. 109). Direcionando para o turismo, no que diz respeito aos ‘agentes sociais’, seria caracterizar, de acordo com a escala estudada, quais são os atores públicos e privados que estão envolvidos na atividade como, por exemplo, associações, empresas, consórcios entre municípios. A ‘origem da rede’ reflete o contexto sociopolítico e a organização do poder que originou essa rede, portanto, este item divide-se em origem espontânea e origem planejada. A origem espontânea está ligada a organizações periódicas que surgem sem um planejamento prévio podendo, no entanto, tornar-se planejada ao constatar as vantagens competitivas e, desta forma, aperfeiçoar a sua organização para um fim específico.

A ‘natureza dos fluxos’ divide-se em mercadoria, pessoas e informação. Assim, no contexto turístico, o elemento ‘mercadoria’ seria o tipo de produto ou serviço prestado, estando atrelado aos meios tecnológicos disponíveis; o item ‘pessoas’ seria o público-alvo que se mobiliza e a sua origem; o elemento ‘informação’ poderia esclarecer sobre os fatores de motivação e as relações *push/pull* na escolha dos destinos turísticos, ou, por exemplo, ao estudar-se uma associação de turismo, ajudar a entender a gestão das suas atividades.

Já no caso da ‘função’, que compreende a realização e o suporte, seria designar qual o serviço prestado, ou seja, numa associação de turismo seria perceber se esta promove as ações de planejamento e sensibilização ou se apenas cria as condições técnicas e materiais para a atividade turística. No que se refere à ‘finalidade’ esta pode ser de dominação, quando ligada à unidade de segurança de Estados totalitários; pode ser de acumulação, ou seja, com fins lucrativos, podendo neste caso envolver grandes corporações; pode ser solidária, caso em que se enquadram as Organizações Não Governamentais (ONGs), as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e também as organizações ligadas a movimentos populares.

A ‘existência’ da rede pode ser real ou virtual; aqui os elementos tecnológicos podem dar suporte para a realização da rede. Assim, uma atividade turística pode ligar materialmente pontos turísticos através de rodovias, ferrovias e aerovias, enquanto conecta virtualmente elementos em múltiplas escalas – do local ao global. Então, a ‘construção’ da rede pode ser material ou ser imaterial e, neste último caso, fazer menção ao ciberespaço e também às relações sociais de colaboração.

No que se refere à ‘formalização’, esta encontra-se dividida em ‘formal’ – identificação da existência de documentos que legalizam a rede como, por exemplo, as normas e os estatutos - e em ‘informal’ - quando não há legalização formal da rede. A informalidade aqui não se remete apenas à falta de legalização podendo, por exemplo, referir-se a fluxos de informações que circulam no âmbito das redes sociais. A ‘organicidade’ da rede pode ser hierárquica ou de complementaridade, sendo que aqui Corrêa (2010) se refere a lugares centrais ou a centros especializados. No âmbito do turismo seria identificar os centros emissores de fluxos de capitais, produtos e informação e as posições relativas a outros centros - se hierárquica ou complementar.

A *dimensão temporal* “envolve a duração da rede, a velocidade com que os fluxos nela se realizam, bem como a frequência com que a rede se

estabelece” (Corrêa, 2010, p. 113). A ‘duração’ pode ser dividida em longa, no caso das redes de infraestrutura, ou em curta, por exemplo, na formação de mercados ocasionais. No turismo poderia ser identificada a rede de infraestrutura e a periodicidade da sua rede de negócios. No que se refere a ‘velocidade dos fluxos’, esta pode ser lenta, caso do escoamento da produção por transporte marítimo, férreo, aéreo ou rodoviário, ou pode ser instantânea como, por exemplo, a informação e capitais conectados pela rede de internet. A ‘frequência’ dos fluxos pode ser permanente, como no caso de uma rede bancária; periódica, como nos mercados periódicos; ou ocasional, como uma rede criada para uma determinada atividade, por exemplo, associada a uma festividade.

A *dimensão espacial* é dividida em escala, forma espacial e conexão. As dimensões espacial e temporal, de acordo com Corrêa (2010), são fortemente articuladas e merecem atenção por parte do geógrafo, pois são dotadas de funcionalidade e expressam o seu conteúdo e arranjo espacial.

A ‘escala’ refere-se à dimensão espacial de atuação da rede, ou seja, local, regional, nacional, global. A ‘forma espacial’ diz respeito a uma rede com uma projeção do tipo solar, dendrítica, em circuito ou em barreira. A rede solar denota uma estrutura concentrada numa cidade primaz; este tipo de rede concentra a vida econômica, política e cultural do território. A rede dendrítica tem uma forma análoga a uma rede fluvial, em que principal cidade se localiza próximo da foz do rio que drena a cidade. Por exemplo, a rede Christalleriana, de lugares centrais, combina aspectos da rede solar e dendrítica, mas com uma nítida hierarquia entre seus centros, pois trata-se de uma rede que denota uma melhor distribuição de renda e de consumo. As redes em circuito são redes mais complexas pois ocorrem em áreas mais industrializadas, onde a divisão territorial do trabalho é muito significativa. No caso da ‘conexão’, a forma da rede, segundo (Corrêa, 2012), está associada a um grau de conexão muito concentrado internamente ou pouco integrado externamente. Redes em barreira configuram redes criadas pelas unidades político administrativas.

Desta forma, ao serem identificados os centros de comando e de circulação de produtos, informações e pessoas, no âmbito das atividades turísticas, é possível dimensionar a organização espacial da atividade criando estratégias para melhorar a sua distribuição e circulação.

5. Considerações finais

O estudo das redes torna-se cada vez mais importante na compreensão de uma sociedade globalizada, na qual as redes assumem o papel de fluidez de informação, técnica, produtos e pessoas. Ao revisar a abordagem de redes no turismo constatou-se que a rede é tida como uma dimensão organizacional, cuja estratégia está centrada nas vantagens competitivas e comparativas, seguindo o exemplo das grandes corporações que criam redes globais para maximizar lucros e diminuir custos.

Para áreas tidas como menos desenvolvidas territorialmente, as redes podem criar institucionalidades de planejamento tático e operacional, para ações de desenvolvimento local e regional, construindo espaços de concertação público-privada. Para operacionalizar as regiões turísticas menos articuladas com as escalas globais e, portanto, carentes de infraestruturas e de informação, a organização em rede, entre sociedade e governo, revela-se fundamental na criação ou manutenção de atividades turísticas.

Na designação de alguns estudos que analisaram redes foram identificadas abordagens relativas a: ‘rede de negócios’, ‘rede social’, ‘rede de cooperação’, ‘rede territorial’, ‘rede de gestão’, ‘rede política’. Estas são dimensões que se interpenetram porque isoladamente não existem. A rede de negócios é estabelecida pelos atores sociais (público e privado) e pelas ações políticas, sendo que, para funcionar, a rede tem de criar laços de cooperação territorial. E, como forma de uma gestão mais adequada dos recursos locais, deve estabelecer uma gestão descentralizada.

Como já mencionado, o enfoque deste artigo recaiu sobre a contribuição da rede geográfica para a análise da atividade turística. A rede geográfica é entendida como uma construção social projetada espacialmente, composta por três dimensões mínimas, a organizacional, a temporal e a espacial.

A proposta de uma análise da atividade turística sob o entendimento de rede geográfica não consiste em assumir este como método único, mas antes mostrar uma possibilidade de análise para as complexas relações criadas pela atividade turística.

A dimensão organizacional da rede geográfica pode mostrar a forma de gestão da rede turística, desde a sua origem, periodicidade, organicidade, agentes sociais, finalidade e origem dos fluxos. Na dimensão temporal seria trabalhada a duração da rede, a frequência e a escala. A dimensão espacial seria a imagem materializada da ação social da rede, nela sendo desvendada a organização dos fixos e a direção e intensidade dos seus fluxos de capital, produtos e pessoas. A compreensão das dimensões da rede geográfica na análise da atividade turística pretende ser, desta forma, uma possibilidade de análise integrada e relacional das distintas redes criadas pela atividade turística, que poderá auxiliar no planeamento territorial do turismo.

Referências bibliográficas

- Beni, M. (1990). Sistema de turismo – SISTUR: Estudo do turismo face à moderna teoria de sistemas. *Revista Turismo em Análise*, 1(1), 15-34.
- Birley, S. (1985). The role networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 107-117.
- Camagni, R. (1993). From city hierarchy to city network: Reflections about an emerging paradigm. In T. Lakshmanan & P. Nijkamp (Eds.), *Structure and change in the space economy* (pp. 66-87). New York: Springer-Verlag.
- Carvalho, P. (2009). Planeamento, redes territoriais e novos produtos turísticos eco-culturais. In Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional (Org.), *Atas do 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde e 2º Congresso Lusófono de Ciência Regional* (pp. 1421-1439). Cabo Verde: Universidade Piaget da Cidade da Praia.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Christaller, W. (1964). Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions-underdeveloped countries-recreation areas. *Papers in Regional Science*, 12(1), 95-105.
- Corrêa, R. (2010). *Trajetórias geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Corrêa, R. (2012). Redes geográficas: Reflexões sobre um tema persistente. *Revista Cidades*, 9(16), 199-218.
- Creswell, J. (2007). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed.
- Czajkowski, A., & Cunha. S. (2010). Organização e coordenação da rede de cooperação em aglomerados de turismo rural. *Revista Turismo 'Visão e Ação'*, 12(1), 92-113.
- Dias, L. (1995). Redes emergência e organização. In I. Castro, P. Gomes & R. Corrêa (Eds.), *Geografia: Conceitos e temas* (pp. 141-162). Rio de Janeiro: Bertrand.
- Donaire, D., Silva, M., & Gaspar, M. (2009). A Rede de negócios do turismo: Um estudo sobre suas características e implicações estratégicas. *Revista Turismo Visão e Ação*, 11(1), 112-134.
- Ducci, N., & Teixeira, R. (2010). Articulação de redes sociais por empreendedores na formação do capital social: Um estudo de caso de uma empresa do setor de turismo do interior do Paraná. *Revista Turismo em Análise*, 21(1), 165-189.
- Endres, A. (2003). Redes Políticas como novo instrumento de condução política do Estado: Contextualização frente à complexidade social e possibilidades para o planeamento turístico. *Revista Turismo Visão e Ação*, 5(3), 217-238.
- Haesbaert, R. (2004). *O mito da desterritorialização: Do "fim dos territórios" à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Haesbaert, R. (2007). Concepções de território para entender a desterritorialização. In M. Santos & B. Becker (Orgs.), *Território, territórios: Ensaio sobre o ordenamento territorial* (pp. 43-71). Rio de Janeiro: Lamparina.
- Haesbaert, R., & Porto-Gonçalves, C. (2006). *A nova des-ordem mundial*. São Paulo: Editora UNESP.
- Maillat, D. (2002). Globalização, meio inovador e sistemas territoriais de produção. *Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, 3(4), 9-16.
- Ministério do Turismo do Brasil (2007). *Conteúdo fundamental: Formação de redes*. Roteiros do Brasil: Programa de regionalização do turismo. Acedido a 13 de dezembro de 2013, disponível em http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/conteudo_fundamental_formacao_de_redes.pdf
- Moreira, R. (2007). Da região à rede e ao lugar: A nova realidade e o novo olhar geográfico sobre o mundo. *Espaço, Tempo e Crítica: Revista Eletrônica de Ciências Humanas e Sociais*, 1(3), 55-70.
- Osorio, M. (2005). *La teoría de sistemas aplicado al turismo*. Acedido a 18 de março de 2014, disponível em http://pensandoturismo.net/la-teoria-de-sistemas-aplicada-al-turismo/#_ftn1
- Raffestin, C. (1993). *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática.
- Romeiro, P. (2009). Redes de gestão para a competitividade do sector turístico: Uma análise a partir do turismo rural. In Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional (Org.), *Atas do 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde e 2º Congresso Lusófono de Ciência Regional* (pp. 4158-4183). Cabo Verde: Universidade Piaget da Cidade da Praia.
- Santos, M. (2006). *A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Silva, T. (2004). Rede de cooperação entre pequenas empresas do setor turístico. *Passos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 267-279.

Teixeira, R. (2012). Redes de cooperação em turismo: Um estudo nas pequenas empresas hoteleiras em Curitiba, Paraná. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 407-416.

Teixeira, R. (2012). Redes de cooperação em turismo: Um estudo nas pequenas empresas hoteleiras em Curitiba, Paraná. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 407-416.