

REDE DE COOPERAÇÃO TURÍSTICA

NET OF TOURIST COOPERATION

Neusa Maria Ravaroto¹

Amarildo Jorge da Silva²

RESUMO

Este trabalho apresenta a análise dos dados coletados através de uma pesquisa de demanda turística potencial, relacionada à possibilidade de desenvolvimento do turismo rural na localidade do Morro dos Sete Pecados, no município de Santa Helena. Tal análise resulta de uma das etapas dos trabalhos empreendidos em um estudo mais amplo, realizado para elaboração de um trabalho de conclusão de curso, por acadêmicas de Turismo da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Nesse fez-se ainda, revisão de literatura, apresentando aspectos importantes do turismo rural e conceitos de redes de cooperação aplicados ao turismo, no intuito de demonstrar sua importância estratégica para o desenvolvimento da atividade turística de modo a promover o desenvolvimento integrado, a inclusão social e o aumento da competitividade. Essa fundamentação teórica ancora, às etapas seguintes do relatório de conclusão de curso, que apresentam a realização do diagnóstico do potencial turístico da localidade, bem como a realização de entrevistas e aplicação de questionários com os produtores rurais, para verificar o nível de articulação já existente e a possibilidade de participação destes produtores em uma aliança estratégica sob a forma de Rede de Cooperação, para o desenvolvimento do turismo no local.

Palavras-chave: Turismo Rural. Redes de Cooperação. Demanda Turística.

1 Introdução

Observa-se que o turismo rural é um segmento que vem crescendo consideravelmente no Brasil, atendendo a demanda de uma clientela específica, atraída pela produção e consumo de bens e serviços no ambiente rural.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), *campus* de Foz do Iguaçu e pós-graduanda em Planejamento Municipal e Políticas Públicas pela UNIOESTE, *campus* de Toledo. Tel. 45 8808.6166. E-mail: neusash@yahoo.com.br

² Administrador. Doutor e Mestre em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor Adjunto do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da UNIOESTE, *campus* de Foz do Iguaçu. Pesquisador e Líder do Grupo de Estudos em Organizações Sociais (GEOS). Tel. 45 9976.0016. 45 3576.8100. E-mail: jsa_rizoma@unioeste.br, rizomapoiesi@gmail.com

Tal demanda surge basicamente da junção de dois fatores: o crescimento da população urbana e o adensamento populacional dos grandes centros urbanos que submetidos às adversidades encontradas nestes espaços, necessitam de uma alternativa de **fuga** e novas opções de lazer; e a necessidade de inovar as atividades econômicas no meio rural, o qual tem passado por rápidas e visíveis mudanças.

Neste contexto, o turismo rural tem despontado, contribuindo para a preservação ambiental, social e cultural, para a produção de alimentos diferenciados e, principalmente, para a valorização do agricultor e seu trabalho o que reduz drasticamente o êxodo rural. Sabe-se que o turismo rural surge trazendo novas opções de lazer aos turistas, bem como, inúmeros benefícios para as regiões rurais receptoras, desde que explorado também de forma planejada, seguindo diretrizes de planejamento e desenvolvimento da atividade.

O presente estudo demonstra os dados coletados por meio de uma pesquisa que visa caracterizar a demanda potencial existente, para o desenvolvimento do turismo rural no Morro dos Sete Pecados, no município de Santa Helena, Estado do Paraná.

A demanda efetiva é a quantidade de bens e serviços turísticos efetivamente consumidos em dado período de tempo e a demanda potencial é a quantidade de bens e serviços turísticos que podem ser consumidos em dado período de tempo. Assim, o estudo da demanda turística potencial, neste caso, constitui-se em um importante instrumento para o processo de planejamento e desenvolvimento do turismo, haja vista inclusive, que na localidade citada já existem alguns empreendimentos, como (o Restaurante Pecados da Gula e o Clube amigos do Cavalo) que atendem a uma pequena demanda de visitantes.

Dessa forma, procurou-se também estudar estratégias competitivas que pudessem ser utilizadas para aumentar o potencial do turismo rural para a localidade, gerando vantagens em relação aos outros modelos de turismo e beneficiando uma parcela maior da comunidade.

De acordo com Porter (1989, p. 01), “a estratégia competitiva visa estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência”. No artigo, considera-se esta perspectiva para descrever as principais características das redes de cooperação aplicadas ao turismo, na expectativa de que tal conceito possa ser aplicado à localidade em estudo como estratégia para o desenvolvimento turístico.

1.1 Caracterização da Área de Estudo

O Morro dos Sete Pecados situado no Distrito de Sub-Sede São Francisco, no município de Santa Helena, é uma formação geológica decorrente da erosão do derramamento basáltico para a formação do cânion Rio Paraná, situado entre diversos córregos como o Barrocas, Lajeado, Vinitu, Sirlei, Felicidade, todos alagados com a formação do Lago de Itaipu.

Localizado distante cerca de onze km do núcleo urbano, o Morro dos Sete Pecados é o ponto mais alto do município, por meio do qual descortina-se a paisagem maravilhosa do Lago de Itaipu e de seu entorno, constituindo-se em um excelente ponto para observação da paisagem natural. Seu ponto culminante está a quatrocentos e três metros acima do nível do mar, e as águas do lago estão oficialmente na marca dos duzentos e

vinte metros. Com cimo achatado, numa área aproximada de trinta alqueires, presta-se à mecanização com plantações de trigo, soja e milho, desde a derrubada da mata nativa, Mata Atlântica, típica da região, nos anos setenta.

A localidade conhecida anteriormente como Morro da Testemunha, recebeu a nova denominação quando, em 1972, um colonizador adquiriu a região do topo com a divertida finalidade de ali construir um “Cassino para Sete Pecados”. O sonho, em decorrência de pendências judiciais, foi esquecido e a idéia abandonada, mas o nome permaneceu até os dias de hoje.

O uso da terra agrícola se caracteriza pelo minifúndio, economicamente frágil, sujeito às agruras da monocultura da soja, daí decorrendo o êxodo rural. A exploração de uma pedreira (municipal) afastou vários proprietários que foram indenizados em razão de suas casas terem sido abaladas pelo resultado das explosões. A dificuldade de obter água para o consumo foi resolvida por meio da instalação de poços artesianos comunitários, pois as pequenas fontes disponíveis anteriormente, secaram com o desmatamento das encostas. No Morro ainda há algumas áreas de conservação permanente, monitoradas pelo Instituto Ambiental do Paraná (IAP). Nos últimos anos, técnicas agrícolas mais modernas, como curvas de nível e plantio direto, já substituíram o velho costume da queima para limpeza das roças.

No Morro dos Sete Pecados estão estruturados dois empreendimentos com condições para receberem visitantes, trata-se do restaurante Pecados da Gula, estruturado na propriedade da família Pedroso, a qual totaliza cinco hectares, e foi inaugurado em dezembro de 2005. Com capacidade para atender cerca de cem pessoas, destinado aos serviços de alimentação e a pequenos eventos como casamentos, reuniões e comemorações de datas especiais, o restaurante atende a uma demanda de grupos de visitantes regionais mantendo suas atividades, a princípio, no período de sexta-feira a domingo.

O outro empreendimento é o Clube Amigos do Cavalo, que é um clube particular localizado em meio a uma propriedade rural com quarenta e um hectares de terra e instalações bem rústicas. A fazenda aluga cavalos da raça manga-larga, quarto de milha, árabe e mestiços, lá também é possível usufruir as belas paisagens no meio rural e observar a vida na fazenda, plantação de milho, ordenha das vacas, montar pôneis e contemplar aves de rara beleza.

O morro possui também particularidades singulares como mata nativa, paredões de quinze a vinte metros que possibilitam a prática da escalada e implantação de trilhas interpretativas, além de espaços potenciais para outras atividades do complexo de turismo rural e de aventura que podem ser estruturados para a utilização turística.

2 Turismo no Espaço Rural

Com o crescimento desordenado e a saturação ocorrida nos grandes centros urbanos, o ritmo alucinante decorrido deste cenário tem gerado nas pessoas a necessidade de buscarem cada vez mais, ambientes diferentes e, principalmente, contato com a natureza. O que as pessoas desejam é melhor qualidade de vida, e isso geralmente elas podem encontrar no ambiente rural. No campo, as pessoas podem relaxar, desfrutar de atividades de lazer, sabem a procedência dos alimentos que

consomem, respiram ar puro e saudável, encontram sossego e simplicidade. A interação com o meio rural causa no turista urbano o desligamento do que se relacionam as cidades, podendo então, aliviar o *stress* propiciando momentos de descontração e diversão. Segundo Araújo (2000, p. 25), “o turismo rural é a atividade econômica que tem maior futuro como motor do desenvolvimento rural”.

Por outro lado também, o meio rural - principalmente as pequenas e médias propriedades -, vêm enfrentando uma crescente descapitalização provocada por diversos fatores econômicos, agravados pela concorrência dos grandes e poderosos conglomerados agro-industriais, que impõem o preço de mercado, inviabilizando o pequeno agricultor.

Neste contexto, o Turismo Rural surge como forma alternativa de renda, um negócio que permite aos proprietários rurais manterem suas propriedades produtivas, verticalizando a sua produção e gerando empregos à população local. Também desperta a consciência ecológica, transformando os produtores, de forma espontânea, em agentes conservadores da natureza, sobretudo à medida que eles percebem o turismo como fonte de renda. “Corresponde a uma forma de lazer saudável, com consciência ambiental, na qual valores culturais e regionais são resgatados e valorizados” (BORGES, 1999, p.08).

Segundo o documento do Ministério do Turismo **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**, a conceituação de **Turismo Rural** fundamenta-se em aspectos que se referem ao turismo, ao território, à base econômica, aos recursos naturais e culturais e à sociedade. Com base nesses aspectos, o Turismo Rural é definido como: “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. Observando-se que a concepção de meio rural aqui adotada baseia-se na noção de território, com ênfase no critério da destinação da terra e na valorização da ruralidade.

Outra definição importante relacionada ao turismo rural, a qual é importante esclarecer, é o Agroturismo. Atividades endógenas à propriedade, que complementam às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior intensidade.

Dessa forma, a atividade turística que possui a paisagem como elemento seria o **turismo rural** que pode ter como foco os rios, as cachoeiras, as montanhas, entre outros. Quando os elementos são definidos pela produção agrária e os usos e costumes do homem do campo, tem-se assim inserido, finalmente, o agroturismo.

2.1 Planejamento Turístico e Sustentabilidade

Acredita-se que o planejamento para o desenvolvimento de atividades turísticas é de fundamental importância, tanto para localidades que já desenvolvem o Turismo, como também para localidades que têm potenciais, mas ainda não foram explorados.

Segundo Ruschmann (1997), planejar é desenvolver os espaços, juntamente com as atividades que atendam aos anseios das populações locais e dos turistas, constituindo-se metas do poder público, em conjunto com a comunidade e setor privado. A elaboração do planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo tem como objetivo buscar

soluções, com mais eficiência, para os problemas futuros ou em alguns casos, poder evitá-los.

Neste contexto, o foco na sustentabilidade ambiental, sociocultural e econômica nos processos de planejamento, é fator imprescindível para o sucesso de qualquer atividade turística no contexto do mundo atual.

Conforme destacado nos conceitos e princípios que norteiam o Programa de Regionalização do Turismo, do Governo Federal, a sustentabilidade pode ser entendida como o princípio estruturador de um processo de desenvolvimento centrado na equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente. Portanto, tem possibilidade de tornar-se um fator motivador e mobilizador das instituições, regulando padrões de comportamento e valores dominantes.

Hall (2001) cita que exemplos espalhados pelo mundo inteiro mostram que a atividade turística tem caráter híbrido: se por um lado tem um enorme potencial de alavancar o desenvolvimento de uma região, por outro, pode promover a degradação ambiental aliada ao agravamento das injustiças sociais.

De acordo com a autora, é importante que o processo de planejamento turístico seja balizado por valores que remetam ao princípio da sustentabilidade em seus mais variados aspectos, cabendo ao poder público a condução do processo, uma vez que esse é o único agente capaz de amenizar conflitos de interesses inerentes a um modelo global de livre mercado.

2.2 Redes de Cooperação e Turismo

A importância do termo cooperação tem-se tornado cada vez mais evidente na atualidade, na medida em que empreendimentos de natureza associada não só são estimulados, mas também colocados como condição básica de sobrevivência das organizações.

Neste cenário, a necessidade de reestruturação produtiva e de mudança de paradigmas, aponta cada vez mais para a organização em rede, como alternativa aos diversos problemas existentes nas mais variadas esferas, uma vez que esta forma de organização cria as condições de interligação entre as questões de cidadania, de acesso ao conhecimento e da reconstrução do mundo do trabalho. Nesta perspectiva Castells (2002, p. 232), destaca:

Nessas condições, a cooperação e os sistemas de rede oferecem a única possibilidade de dividir custos e riscos, bem como de manter-se em dia com a informação constantemente renovada. Mas as redes também atuam como porteiros. Dentro delas, novas oportunidades são criadas o tempo todo. Fora das redes, a sobrevivência fica cada vez mais difícil. Com a rápida transformação tecnológica - as redes - não as empresas tornaram-se unidade operacional real.

A prática da organização e do trabalho em rede está incorporada ao Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil em praticamente todas as etapas que o constituem. Como resultado desse artigo, espera-se que sejam produzidos instrumentos de articulação entre os integrantes da rede e desta com outras similares, nas diversas regiões do Estado e do País.

O conceito de rede define um padrão comum de organização que pode ser identificado em todos os seres vivos, como descreve Capra (1996, p. 77):

Onde quer que encontremos sistemas vivos – organismos, partes de organismos ou comunidades de organismos – podemos observar que seus componentes estão arranjados à maneira de rede. Sempre que olhamos para a vida, olhamos para as redes.

De acordo com Martinho (2005, p. 02), entende-se por **rede** “uma forma de organização democrática constituída de elementos autônomos, que são interligados de forma horizontal e que cooperam entre si”.

Já, autores como Porter (1999) e Amato Neto (2000), conceituam redes como procedimento organizacional de atividades produtivas através de coordenação e/ou cooperação interfirmas. Essa concepção de aliança tem como objetivo fortalecer as atividades de cada empresa da rede.

Tal cooperação inter-empresarial ou inter-firma busca o atendimento de uma série de necessidades das empresas que seriam de difícil satisfação, caso as empresas atuassem isoladamente. Amato Neto (2000) descreve tais necessidades como sendo:

- a) combinar competências e utilizar *know-how* de outras empresas;
- b) dividir o ônus de realizar pesquisas tecnológicas, compartilhando o desenvolvimento e os conhecimentos adquiridos;
- c) partilhar riscos e custos de explorar novas oportunidades, realizando experiências em conjunto;
- d) oferecer uma linha de produtos de qualidade superior e mais diversificada;
- e) exercer uma maior pressão no mercado, aumentando a força competitiva em benefício do cliente;
- f) compartilhar recursos, com especial destaque aos que estão sendo subutilizados;
- g) fortalecer o poder de compra;
- h) obter mais força, para atuar nos mercados internacionais.

No caso do turismo, o associativismo e as redes entre empresas e organizações territoriais constituem os modelos mais comuns de colaboração e cooperação. As redes de empresas do setor ou as famílias envolvidas no processo representam formas organizadas de produção grupal e articuladas entre si, com os demais atores da cadeia produtiva do turismo e com o setor governamental.

Segundo Martinho (2005, p.50), a organização em rede, no contexto em que foi aplicada relacionada ao turismo, tem como base a autonomia dos elementos que constituem a horizontalidade que caracteriza a relação entre tais elementos e a cooperação. Segundo o autor:

autonomia, horizontalidade, cooperação e democracia são os quatro fatores organizacionais que caracterizam uma rede. A eles deve-se acrescentar um quinto fator, de caráter estrutural ou morfológico, que se denomina “conectividade” – o fenômeno do estabelecimento de conexões. Juntos, eles conformam a noção de rede e fazem dela uma poderosa estrutura para a troca de

informação, a produção e a disseminação de conhecimento, o estímulo ao desenvolvimento e a produção de inovação.

A conectividade é o princípio estruturante da rede e a base de sua forma. Qualquer rede é sempre um conjunto de conexões; um conjunto de elementos conectados entre si. Assim, no processo de desenvolvimento turístico local, ao se fomentar a ocorrência de mais conexões entre os atores, estimula-se o desenvolvimento do turismo de forma regionalizada. Além disso, a conectividade promove a ocorrência de relacionamentos no interior do conjunto de atores, propiciando assim, a existência da colaboração.

3 Método de Pesquisa

Como o objetivo deste estudo referiu-se à aplicação de uma pesquisa de demanda turística, visando identificar a existência de uma demanda potencial e seu interesse no consumo de um produto rural diversificado relacionado ao complexo do Morro dos Sete pecados, foi necessário desenvolvê-lo de forma a diagnosticar características como: procedência, características profissionais, nível de renda, interesse por turismo rural, etc., do público escolhido, para efeito deste estudo, os participantes do I Encontro Nacional de Motor Homes, realizado no Balneário do Município de Santa Helena de 20 a 23 de abril de 2006 denominado como evento “A”; e com os participantes da Festa do Município realizada também no Balneário no dia 26 de maio de 2006, denominado evento “B”. Nesta fase foram aplicados, de forma aleatória, quarenta e três formulários para os participantes do encontro dos Motor Homes, representando 20,19% dos participantes do evento, e sessenta questionários durante a festa do Município, os quais foram aplicados por meio de amostragem aleatória.

Para a contextualização do estudo, referente a turismo rural, planejamento turístico e sustentabilidade, bem como, sobre as redes de cooperação, utilizou-se de pesquisa bibliográfica, em livros, revistas, artigos e outros documentos disponíveis também na internet.

4 Resultados

Durante o evento “A” 46,34% dos formulários foram aplicados ao sexo feminino e 53,66% ao sexo masculino, este público é oriundo de diversas regiões do país. No evento “B”, 50% dos formulários foram aplicados com pessoas do sexo feminino e 50% do sexo masculino, público este, caracterizado basicamente pela comunidade do município de Santa Helena.

Entre os entrevistados, escolhidos por meio de amostragem aleatória, verificou-se que a maioria no evento A, isto é, 36,58% dos entrevistados tem mais de 65 anos de idade, 90,24% são casados e 56,09% são aposentados. As informações com relação a renda demonstraram que 56,09 % possuem uma renda bruta mensal superior a treze salários mínimos.

Com relação à procedência deste mesmo público encontraram-se visitantes de nove estados (Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais, Mato Grosso, Goiás, Rio de Janeiro e Espírito Santo) e de vinte e sete cidades diferentes. Trata-se de um público com grande disponibilidade de tempo para viagens e na grande

maioria, com experiências bastante diversificadas sobre viagens, já que 56,09% deles dispõem de tempo livre para viagem o ano inteiro, o que é característico desse tipo de público (os integrantes de grupos de Motor Homes).

Neste grupo, 53,65% dos entrevistados afirmaram que não era a primeira vez que vinham a Santa Helena, sendo que 53,65% também afirmaram que iriam permanecer no município por tempo superior ao período de realização do evento. Entretanto, ao serem questionados sobre o conhecimento de outros atrativos no município, 43,9% afirmaram não ter conhecido nenhum outro atrativo, sendo que apenas um dos entrevistados disse conhecer o Morro dos Sete Pecados. Acredita-se que não houve maior divulgação ou incentivo por parte dos órgãos competentes no município para que os demais atrativos fossem visitados e a permanência e consumo destes turistas ampliada.

Ainda entre os entrevistados no evento A, 100% deles usufruíram outros serviços e produtos durante sua estadia no município dentre eles os serviços de: postos de combustíveis, lojas, farmácias, supermercados, padarias, artesanato, pizzaria, eletrônica, academia, oficina, ferragens, banco e até mesmo contabilidade.

Ao serem indagados sobre o interesse em participar de atividades relacionadas a turismo rural no Morro dos Sete Pecados, caso houvesse ali a implantação de uma seqüência de atividades nas propriedades rurais, com diversificação rural (atividades como cavalgadas, serviço de alimentação, trilhas, camping, pesque-pague, etc) e que fossem oferecidas na forma de um roteiro turístico, 90,24% dos entrevistados afirmaram que participariam, sendo que destes, 44,73% apontaram áreas rurais nas preferências de suas viagens. Observou-se ainda que a maioria destes visitantes, em observações complementares, sugeriram o fortalecimento de iniciativas voltadas ao desenvolvimento do turismo rural no município e à divulgação dos outros atrativos. Acredita-se que os "campistas", por ser um público com grande disponibilidade de tempo para viagens e, que nos últimos quatro anos tem ido à Santa Helena para encontros de Motor Homes, caracteriza uma demanda potencial caso haja a implantação de um circuito turístico no Morro dos Sete Pecados, além disso, observa-se uma grande oportunidade para melhor aproveitamento de uma demanda sazonal que todos os anos visitam Santa Helena atraídos por eventos como este e outros, além do principal atrativo que é o Balneário de Santa Helena.

As entrevistas realizadas com os participantes do evento "B" caracterizaram um público integrado basicamente pela comunidade local, sendo 46,66% dos entrevistados residentes nos diversos distritos dos municípios e 53,34% oriundos de municípios vizinhos, num raio de aproximadamente cento e vinte km de distância. A idade dos entrevistados neste grupo foi bastante diversificada, numa escala equilibrada entre os dezoito e sessenta e cinco anos de idade. Apenas 5% dos entrevistados afirmaram ser a primeira vez que visitavam o município e somente 20% afirmou conhecer o Morro dos Sete Pecados.

Com relação ao principal aspecto, relacionado ao objeto deste estudo, visando o desenvolvimento do turismo rural no município, neste grupo, ao serem questionados sobre o interesse em visitar e usufruir atividades relacionadas ao turismo rural no Morro dos Sete Pecados, caso houvesse ali a implantação de uma seqüência de atividades nas propriedades rurais, com diversificação rural, 96,66% dos entrevistados afirmaram ter

interesse em participar, sendo que destes 72,41% responderam que sua permanência no local poderia ser de mais de um dia.

Foi unânime a opinião dos entrevistados deste grupo, de que a implantação de atividades relacionadas a turismo rural no município de Santa Helena seria uma boa opção para as pessoas que vivem na região, para passarem finais de semanas e feriados, bem como, no sentido de que tanto poder público, quanto iniciativa privada deveriam investir em empreendimentos desta natureza. Observa-se com isto, que até mesmo por parte da comunidade local há desconhecimento sobre a existência de produtos como o Restaurante Pecados da Gula e Clube Amigos do Cavalo, disponibilizados no município.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento e a expansão do turismo rural e a sua capacidade de distribuir rendas, gerarem empregos e reduzir o êxodo rural é algo cada vez mais evidente. Esta modalidade de turismo surge trazendo novas opções de lazer aos turistas, bem como, inúmeros benefícios para as regiões rurais receptoras, desde que explorado também de forma planejada, seguindo diretrizes de planejamento e desenvolvimento da atividade.

O presente estudo demonstrou que existe uma demanda potencial relacionada ao consumo de serviços e produtos turísticos, caso seja desenvolvida e ofertada esta modalidade de turismo no Morro dos Sete Pecados em Santa Helena.

As opiniões e atitudes dos visitantes que foram entrevistados confirmam que cada estratégia vai atrair um público diferente, embora itens sejam semelhantes e, que é possível planejar e organizar os agricultores para exercerem a atividade mais adequada à sua cultura e seu modo de vida.

Assim, para que a implantação do turismo rural seja viável e sustentável, percebe-se a necessidade de maior envolvimento da população local e planejamento de políticas públicas e ações estratégicas direcionadas ao desenvolvimento do turismo na área rural em questão. A articulação e, a cooperação entre os atores locais também é imprescindível, para que os benefícios desta atividade sejam socializados, as oportunidades melhor aproveitadas e para que os recursos existentes sejam potencializados.

Acredita-se que as redes de cooperação sejam uma alternativa eficiente para promover o desenvolvimento da atividade turística no Morro dos Sete Pecados, por meio de processo democrático, participativo e ético que propicie a inclusão social, a articulação e a mobilização social da comunidade local.

6 Referências

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

ARAUJO, J. G. F. **ABC do Turismo Rural.** Viçosa, MG: Aprenda fácil, 2000.

BORGES, Geraldo de Carvalho. **Turismo Equestre.** Brasília: SEBRAE/DF, 1999.

CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida.** São Paulo : Cultrix, 1996.



CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, vol. 1, 2002.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto 2001.

MARTINHO, Cássio. **Formação de Redes**. Brasília: Ministério do Turismo, 2005.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. 21. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

_____. **Competição**: estratégias competitivas essenciais, Rio de Janeiro: Campus, 1999.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papyrus, 1997.