

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DOUTORADO

DÉRCIA ANTUNES DE SOUZA

**IDENTIDADE REGIONAL NA CONFIGURAÇÃO DO
CLUSTER TURÍSTICO DO CIRCUITO DAS ÁGUAS
PAULISTA**

SÃO CAETANO DO SUL

2014

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DOUTORADO

DÉRCIA ANTUNES DE SOUZA

**IDENTIDADE REGIONAL NA CONFIGURAÇÃO DO
CLUSTER TURÍSTICO DO CIRCUITO DAS ÁGUAS
PAULISTA**

Tese apresentada ao Programa de
Doutorado em Administração, como
requisito para a obtenção do título de
Doutora em Administração.
Área de Concentração: Gestão da
Regionalidade e das Organizações.
Orientador: Prof. Dr. Antonio Carlos Gil

SÃO CAETANO DO SUL

2014

REITOR DA UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL

Prof. Dr. Marcos Sidnei Bassi

Pró-Reitora de Pós-graduação e Pesquisa:

Prof^a. Dra. Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-graduação em Administração

Profa. Dra. Raquel da Silva Pereira

SOUZA, Dércia A.

Identidade regional na configuração do *cluster* turístico do Circuito das Águas Paulista / Dércia Antunes de Souza – São Caetano do Sul: USCS, 2014.

164 f.

Orientador: Antonio Carlos Gil

Tese (Doutorado) – Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), Programa de Pós-Graduação - Doutorado em Administração, 2014.

1- Regiões como construções sociais. 2- *Clusters* Turísticos. 3- Identidade Regional. 4- Circuito das Águas Paulista, SP. I. Souza, Dércia A. II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Doutorado em Administração. III. Título.

DÉRCIA ANTUNES DE SOUZA

**IDENTIDADE REGIONAL NA CONFIGURAÇÃO DO CLUSTER
TURÍSTICO DO CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Municipal São Caetano do Sul, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Administração.

Área de Concentração: Gestão da Regionalidade e das Organizações.

Data da defesa: 14 de Janeiro de 2014

Resultado: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Antonio Carlos Gil: _____

Universidade Municipal São Caetano do Sul (USCS)

Prof. Dr. Denis Donaire: _____

Universidade Municipal São Caetano do Sul (USCS)

Prof. Dr. Edson Keyso de Miranda Kubo: _____

Universidade Municipal São Caetano do Sul (USCS)

Prof^a. Dra. Elizabeth Kyoko Wada: _____

Universidade Anhembi Morumbi (UAM)

Prof. Dr. Jeroen Johannes Klink: _____

Universidade Federal do ABC (UFABC)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por me dar saúde, disposição e perseverança para continuar, mesmo em momentos de desânimo, quando pensei em desistir.

Ao meu orientador, Prof^o Dr. Antonio Carlos Gil, que, com sua paciência, sabedoria e generosidade, sempre me auxiliou e me incentivou na construção desse momento importante em minha vida.

Ao Prof^o Dr. Denis Donaire e à Prof^a Dra. Elizabeth Wada, pela disposição em participar da minha banca de qualificação e pelas valiosíssimas contribuições que me ajudaram a enriquecer as abordagens teóricas da tese.

Aos meus familiares, em especial ao meu marido Paulo e aos meus filhos Renato e Giovana, pela compreensão e paciência, principalmente nos momentos em que deixei de estar com eles para me dedicar a este trabalho.

A todas as pessoas do Circuito das Águas Paulista que gentilmente me concederam entrevistas, pois sem essa contribuição, este trabalho não teria êxito.

Ao gestor do Consórcio Intermunicipal do Circuito das Águas Paulista, Sr. Edson Rodrigo de Oliveira Cunha, pelo apoio e cooperação constantes, ação que tornou esta atividade menos difícil.

Agradeço a todos os funcionários da Secretaria de Pós-graduação da USCS, especialmente à minha querida amiga Marlene, pelas palavras de incentivo, pelo apoio e pela amizade.

Agradeço, ainda, ao programa de Doutorado da USCS que me possibilitou realizar o doutorado. A todo seu corpo docente que sempre, de alguma forma, esteve presente para corresponder às minhas demandas. Agradeço, principalmente, aos Professores, Raquel, Bresciani, Maria do Carmo, Edson Kubo, Marcos Gaspar e Sérgio Crispim, pelo apoio e incentivo às descobertas acadêmicas como também pelo entusiasmo ao transmitir seus conhecimentos.

Agradeço, por fim, a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização desta importante etapa da minha vida e àqueles que acreditaram em minha capacidade.

Por mais árdua que seja a luta, por mais distante que um ideal se apresente, por mais difícil que seja a caminhada, existe sempre uma maneira de vencer – a persistência e a Fé.

(Autor desconhecido)

RESUMO

Contextualização: *clusters* turísticos diferenciam-se significativamente de outros *clusters* de negócios, pois seus produtos só podem ser consumidos na região que abriga seus estabelecimentos. A identidade regional tende, pois, a assumir notável importância na configuração desses *clusters*. **Objetivo:** construir uma teoria substantiva sobre identidade regional do *cluster* constituído pelos municípios que integram o Circuito das Águas Paulista. **Método:** a pesquisa foi delineada como um estudo de caso único, holístico e intrínseco. Para a coleta de dados, foram utilizados procedimentos de observação, entrevistas e análise de documentos. Para a análise e interpretação dos dados, foi adotado o modelo temático indutivo. **Resultados:** o Circuito das Águas é constituído por um núcleo básico de municípios com características de estâncias hidrominerais e os municípios periféricos a ele se integram funcionalmente. Embora a qualidade das águas constitua sua principal marca, o Circuito vem diversificando seus produtos e atraindo novos segmentos turísticos. Evidencia-se a existência de identidade regional dos atores, tanto em relação à percepção da existência do Circuito quanto à sua identificação com ele e à disposição para atuar em prol de seu desenvolvimento. Os atores demonstram forte enraizamento no Circuito, embora o desempenho de ações em prol de seu desenvolvimento não se mostrem muito presentes nas falas daqueles que não estão vinculados a entidades coletivas. A representação de um *cluster* não se mostra muito clara para os atores, embora não apresentem dificuldade para identificar o Circuito como uma unidade e para reconhecer a importância de ações conjuntas para sua consolidação. Uma das maiores dificuldades para a consolidação do *cluster* estaria, principalmente, na atuação de proprietários de grandes hotéis, que, por virem ampliando a oferta de serviços, desestimulam os turistas a buscar atrativos fora dos hotéis, comprometendo o desempenho de outros empreendimentos. A criação do Consórcio Intermunicipal para o Desenvolvimento do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista foi significativa para o desenvolvimento de ações em prol do seu fortalecimento e, conseqüentemente, para a constituição do *cluster* turístico. A atuação do SEBRAE e dos Conselhos Municipais de Turismo também é reconhecida como importante para o aprimoramento das ações do Circuito. O baixo nível de qualificação da mão de obra empregada no setor turístico e o baixo nível de informação dos moradores acerca dos atrativos turísticos da região são considerados fatores que dificultam o desenvolvimento do *cluster*. **Conclusão:** embora os atores regionais ainda não consigam identificar claramente a existência de um *cluster*, o reconhecimento da unidade do Circuito, o forte sentimento de pertença à região e a disposição para atuar em prol de seu desenvolvimento indicam a existência de uma identidade regional capaz de promover a consolidação desse *cluster*.

Palavras-chave: *Clusters* turísticos. Regiões. Circuito das Águas Paulista. Identidade regional.

ABSTRACT

Background: tourist clusters significantly differ from other business clusters, because their products can only be consumed in the region that hosts their establishments. The regional identity tends, therefore, to undertake considerable importance in setting up these clusters. **Objective:** To develop a substantive theory about regional identity of the cluster consisting of the municipalities that comprise Circuito das Águas Paulista (Paulista Water Circuit). **Method:** This research consist of a single, holistic and intrinsic case study. For data collection the procedures used were observation, interviews and document. For data analysis and interpretation was adopted inductive thematic analysis. **Results:** Circuito das Águas consists of a group municipalities characterized as hydro-mineral resorts and the peripheral municipalities integrate to it functionally. Though water quality constitutes its main feature, the Circuit has been diversifying its tourism products and attracting new tourism segments. The existence of regional identity of the actors has been highlighted, both in relation to the perception of this existence to its identification and willing to act on behalf of its development. The actors demonstrate strong rooting in there, while the performance of actions in favor of its development does not prove to be very much present in the speech of those who are not bound to corporate body entities. The representation of a cluster is not much clear for the actors, although they do not demonstrate difficulty to identify the Circuit as a unit and to recognize the importance of joint actions for its consolidation. A major difficulty for the consolidation of the cluster would be primarily in the actions of large hotels owners, who, for noticing service offerings expanding inside, discourage tourists to seek attractions beyond hotels, compromising the performance of other ventures. The creation of the Intermunicipal Consortium for the Development of the Touristic Center for Paulista Water Circuit (Consórcio Intermunicipal para o Desenvolvimento do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista) was significant for developing effective measures for its strengthening and, consequently, to the tourism cluster formation. On recognize performance of SEBRAE and Municipal Tourism Councils also as important for the improvement of actions concerning the Circuit. On consider low qualification of the workforce in the tourism sector and the low level of awareness on the part of residents about the touristic attractions of the region factor that hinder the cluster development. **Conclusion:** Although regional actors cannot clearly identify the existence of a cluster, the recognition of the Circuit unit, the strong sense of belonging to the region and the willingness to work towards its development indicate the existence of a regional identity that promotes its consolidation.

Keywords: Tourist clusters. Regions. Paulista Water Circuit. Regional identity

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Municípios que integram o Circuito das Águas.....	67
Figura 2 – Praça Pádua Salles – Amparo.....	69
Figura 3 – Praça Prefeito João Zelante – Serra Negra.....	70
Figura 4 – Praça Adhemar de Barros – Águas de Lindóia.....	72
Figura 5 – Monumento da Garrafa – Lindóia.....	73
Figura 6 – Maria Fumaça – Jaguariúna.....	74
Figura 7 – Santuário Senhor Bom Jesus – Monte Alegre do Sul.....	76
Figura 8 – Museu de Porcelanas – Pedreira.....	77
Figura 9 – Balneário – Socorro.....	79

LISTA DE TABELAS

Tabela 4.1 – Distribuição do emprego formal e renda <i>per capita</i> dos municípios que integram o Circuito das Águas Paulista.....	80
Tabela 4.2 – Dados relativos à participação dos municípios do Circuito das Águas Paulista no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de São Paulo.....	81
Tabela 4.3 – Infraestrutura turística dos Municípios do Circuito das Águas Paulista.....	86

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Definições de <i>cluster</i>	29
Quadro 2 - Definições de <i>cluster</i> turístico.....	34
Quadro 4.1 Principais atividades econômicas dos municípios que compõem o Circuito das Águas Paulista.....	80
Quadro 4.2 Pontos turísticos do município de Águas de Lindóia.....	88
Quadro 4.3 Pontos turísticos do município de Amparo.....	88
Quadro 4.4 Pontos turísticos do município de Jaguariúna.....	89
Quadro 4.5 Pontos turísticos do município de Lindóia.....	89
Quadro 4.6 Pontos turísticos do município de Monte Alegre do Sul.....	90
Quadro 4.7 Pontos turísticos do município de Pedreira.....	90
Quadro 4.8 Pontos turísticos do município de Serra Negra.....	91
Quadro 4.9 Pontos turísticos do município de Socorro.....	91
Quadro 4.10 Festividades anuais no município de Águas de Lindóia.....	92
Quadro 4.11 Festividades anuais no município de Amparo.....	93
Quadro 4.12 Festividades anuais no município de Jaguariúna.....	93
Quadro 4.13 Festividades anuais no município de Lindóia.....	94
Quadro 4.14 Festividades anuais no município de Monte Alegre do Sul.....	95
Quadro 4.15 Festividades anuais no município de Pedreira.....	95
Quadro 4.16 Festividades anuais no município de Serra Negra.....	96
Quadro 4.17 Festividades anuais no município de Socorro.....	96

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 REVISÃO DA LITERATURA	21
2.1 Regiões	21
2.1.1 Acepções clássicas de região.....	21
2.1.2 Novas acepções de região.....	22
2.1.3 Regiões como construções sociais.....	23
2.1.4 Regiões turísticas.....	25
2.2 Clusters	27
2.2.1 Conceito de <i>cluster</i>	28
2.2.2 Tipos de <i>clusters</i>	30
2.2.3 O papel dos clusters no desenvolvimento regional.....	31
2.2.4 <i>Clusters</i> turísticos.....	34
2.3 Identidade regional	35
2.3.1 Conceito de identidade social.....	36
2.3.2 Conceito de identidade regional.....	36
2.3.3 Identidade regional no campo do turismo.....	37
2.3.4 Identidade regional em <i>clusters</i> turísticos.....	40
2.4 Produção científica nacional sobre <i>clusters</i> turísticos	42
2.4.1 Elaboração de modelos de identificação e avaliação de <i>clusters</i> turísticos.....	43
2.4.2 Estudos para identificação de <i>clusters</i>	45
2.4.3 Estudos com propósito de analisar articulações entre os atores do <i>cluster</i>	49
2.4.4 Estudos acerca da competitividade dos <i>clusters</i>	51
2.4.5 Estudos sobre avaliação de <i>clusters</i>	53
2.4.6 Estudos sobre regiões turísticas.....	54
2.4.7 Propostas de criação de <i>clusters</i> turísticos.....	56
3 MÉTODO	58
3.1 Delineamento da pesquisa	58
3.2 Unidade-caso	59
3.3 Coleta de dados	59
3.3.1 Protocolo.....	59
3.3.2 Técnicas de coleta de dados.....	60

3.3.3 Análise e interpretação dos dados.....	61
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	64
4.1 Identidade da região do Circuito das Águas Paulista.....	64
4.1.1 Origem do Circuito das Águas Paulista.....	64
4.1.2 Municípios que compõem o Circuito das Águas Paulista.....	67
4.1.3 Atividades econômicas da região.....	79
4.1.4 Infraestrutura turística do Circuito.....	86
4.1.5 Atrativos turísticos do Circuito das Águas Paulista.....	87
4.1.6 Imagem interna do Circuito das Águas.....	97
4.1.7 Institucionalização do Circuito.....	100
4.1.8 Ações desenvolvidas pelo Consórcio.....	104
4.2 Identidade regional.....	106
4.2.1 Como os atores percebem o Circuito.....	107
4.2.2 Como os atores se sentem no Circuito das Águas.....	117
4.2.3 O que os atores fazem em prol do Circuito.....	122
4.3 Como os atores representam o <i>cluster</i> turístico das águas.....	125
4.3.1 Reconhecendo a unidade do Circuito.....	126
4.3.2 Reconhecendo a cooperação e as parcerias entre os atores sociais.....	128
4.3.3 Reconhecendo a profissionalização dos gestores do setor de turismo e da importância do Consórcio.....	133
4.3.4 Reconhecendo a atuação do Poder Público.....	136
4.3.5 Reconhecendo a insuficiente informação dos moradores acerca do Circuito das Águas Paulista.....	137
4.3.6 Reconhecendo a insuficiente qualificação da mão de obra local.....	139
4.3.7 Reconhecendo problemas da infraestrutura de informações turísticas.....	141
5 CONCLUSÃO.....	143
REFERÊNCIAS.....	150
Apêndice 1 – Questões específicas de pesquisa.....	160
Apêndice 2 – Relação dos atores sociais entrevistados no Circuito das Águas.....	162

1 INTRODUÇÃO

Uma das estratégias reconhecidas como das mais eficazes para promover a competitividade é a da reunião de empresas em *clusters*. Com efeito, a análise da literatura indica muitas vantagens dos *clusters*: 1) concentração de empresas, gerando um mercado maior e mais oportunidades para chegar aos clientes; 2) incremento dos processos produtivos tanto em termos de volume de produção quanto de aumento de possibilidades tecnológicas; 3) aumento da flexibilidade e agilidade no atendimento de pedidos; 4) criação de novas empresas; 5) diminuição dos custos com transportes e cadeias de suprimento; 6) oferecimento de maior grau de especialização em produtos e serviços; 7) maior cooperação e aumento de confiança entre as empresas; 8) melhoria do fluxo de comunicação entre empresas; 9) acesso a funcionários qualificados; 10) intercâmbio de conhecimentos e ideias; 11) redução dos riscos e da duração do processo de inovação; 12) acesso a empregados e fornecedores mais especializados e aos bens públicos e 13) relacionamento mais efetivo entre empresas (PORTER, 1998; BAPTISTA; SWANN, 1998; CARLINO, 2001; ETZKOWITZ, 2003; SÖLVELL ET AL, 2008; MOROSINI, 2004; MALMBERG; MASKELL, 2002).

Essas vantagens tornaram o conceito de *cluster* – que se difundiu com o surgimento da obra seminal de Porter (1990) – um dos mais importantes nos estudos sobre competitividade. Por essa razão é que muitos autores vêm se dedicando ao estudo dos *clusters*, mediante a realização de pesquisas empíricas e a construção de teorias acerca de seu funcionamento.

Como, porém, a utilização do conceito de *cluster* é relativamente recente nos estudos referentes ao desenvolvimento de empresas e de regiões, há autores que também vêm se dedicando ao refinamento e à definição do conceito (ENRIGHT, 1996; MARKUSEN, 1996; ROSENFELD, 1997; FESER, 1998; ROELANDT, DEN HERTAG, 1999; Van DEN BERG, BRAUN, Van WINDEN, 2001; CROUCH, FARRELL, 2001; ETZKOWITZ, 2003; ZACARELLI *et al.*, 2008).

Embora movidos pelo interesse sobre o esclarecimento do conceito, a análise desses trabalhos indica a existência de múltiplas definições para o mesmo conceito. O que se explica pelo fato de que as análises adotam diferentes perspectivas disciplinares e diferentes posturas ontológicas e epistemológicas.

No entanto, apesar da multiplicidade de definições, alguns elementos mostram-se mais frequentes. Uma das unanimidades nas definições é a dimensão geográfica do *cluster*. Assim, Porter (1998), em sua clássica definição, apresenta *cluster* como “um grupamento geograficamente concentrado de empresas e instituições associadas em um campo particular, ligadas por aspectos comuns e complementares”. Outros autores, como Redman (1994), Rosenfeld (1997), Prevezer (1997) e Van den Berg, Braun e Van Winden (2001) – cujas contribuições são analisadas na seção correspondente à Revisão da Literatura – também enfatizam o aspecto geográfico na configuração dos *clusters*.

A definição de *cluster* turístico mais adotada em nosso país, inclusive nos documentos oficiais, é a de Beni (2003, p. 74), que também ressalta a dimensão geográfica: “*cluster* turístico é o conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado num espaço geográfico delimitado”.

A dimensão geográfica dos *clusters* é ainda mais evidente nos *clusters* turísticos, posto que, ao contrário da maioria dos setores de atividade econômica, um produto turístico só pode ser consumido na região de produção (JONES; ARCHER; ROTENBERG, 2003). Nos *clusters* industriais, por exemplo, os produtos são expedidos para os clientes, que podem consumi-los em qualquer local. Já os produtos oferecidos pelos *clusters* turísticos exigem que o consumidor se desloque a uma região específica (SANTOS, 2007).

A caracterização dos *clusters* como concentrações geográficas remetem a conceitos como os de espaço, lugar, território e região, que têm sido amplamente difundidos no âmbito da Geografia. De fato, na literatura sobre *clusters* turísticos são frequentes as menções a espaços turísticos, lugares turísticos, territórios turísticos e regiões turísticas. Não há como desconsiderar esses conceitos. Acentuem-se, a propósito, as admoestações de Sansolo e Cruz (2003, p. 5) acerca da importância do conceito de território para o turismo:

Que o turismo é capaz de gerar riqueza, renda, postos de trabalho e movimentar diversos setores produtivos é fato amplamente discutido e unanimemente reconhecido. O que não se pode esquecer, entretanto, são seus importantes efeitos sobre os territórios. Tendo o espaço como principal objeto de consumo, o turismo é uma prática social fortemente territorializada e igualmente territorializante já que introduz nos lugares sua lógica de organização espacial, não raras vezes solapando lógicas pré-existentes.

Território é o espaço delimitado e controlado por meio do qual se exerce determinado poder (HAESBAERT, 2012). É, pois, um conceito essencial para o entendimento do significado de *cluster*, uma vez que não há como desconsiderar as relações de poder que envolvem sua constituição, manutenção e desenvolvimento. Relações que se dão tanto no campo econômico-político, como no campo do poder mais simbólico e no campo cultural.

Outro conceito fundamental para a compreensão do significado de *cluster* é o de região. Trata-se de um conceito marcado por grande polissemia, mas que aparece constantemente em ensaios teóricos e em pesquisas empíricas que têm o *cluster* como objeto de estudo. Embora o conceito de território tenha adquirido maior eficácia e difusão no entendimento dos processos socioespaciais ligados à esfera do político.

Embora sendo um conceito polissêmico, as definições indicam claramente sua importância para o estudo dos *clusters*: 1) uma área, espaço ou lugar com extensão ou caráter mais ou menos definido; 2) um lugar, estado ou condução que tem certo caráter ou que está sujeito a certas influências; 3) uma subdivisão relativamente extensa de um país para propósitos econômicos, administrativos ou culturais (HAESBAERT, 2012).

Como a maioria dos autores considera que os *clusters* são constituídos por empresas ou outras organizações com características semelhantes e que coabitam num mesmo território, o referencial conceitual dos estudos sobre *clusters* conduz, de alguma forma, a uma abordagem regional. Até mesmo porque, em princípio, qualquer espaço pode ser objeto de regionalização, dependendo dos objetos definidos pelo pesquisador (HAESBAERT, 1999, p. 28).

As definições proporcionadas pela Geografia Clássica tratam da região como uma realidade concreta, naturalmente vinculada ao território. Mas essa concepção vem sendo progressivamente alterada, pois as regiões não podem mais ser entendidas como estruturas rígidas, uma vez que seus limites não são necessariamente fixados em termos geográficos ou jurisdicionais. A apropriação do conceito por economistas, sociólogos, urbanistas e administradores tem feito com que a região passe a ser entendida em função de múltiplos aspectos, tais como: fatores produtivos predominantes, fuga de fatores regionais de produção, demandas locais, articulações sociais, empreendimentos comuns, desafios competitivos e negociações com instâncias (GIL; KLINK; SANTOS, 2004).

As novas concepções de região deixam, portanto, de ser essencialmente geográficas. Passam a requerer a consideração de elementos de ordem econômica, política, social, cultural e mesmo psicológica, uma vez que as regiões podem ser entendidas até mesmo como representações mentais (VÄYRYNEN, 2003). Em virtude dessas novas acepções, a região não se define apenas por uma homogeneidade de condições naturais. Para Frémont (1976), a região é mais do que isso: é um espaço sentido e vivido pelos seus habitantes. Boisier (1999), por sua vez, sustenta que a região é um fato histórico e cultural, uma construção social. Não é apenas a condição de uniformidade do espaço que a define, mas, acima de tudo, a consciência coletiva desse espaço.

Dentre os autores que tratam a região como realidade construída, especial destaque é conferido ao geógrafo Anssi Paasi (2002), que define etapas no processo de construção das regiões, por meio das quais a última implica o estabelecimento como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido, associada à consciência regional da comunidade. Essa consciência regional corresponde à identificação regional, que implica não apenas o reconhecimento de sua existência pelos habitantes do território, como também a identificação emocional e a disposição para agir em prol do desenvolvimento.

Assim como a região, o *cluster* pode ser considerado uma realidade socialmente construída. O *cluster* não pode ser entendido como uma realidade concreta, pois não tem dono, não tem executivos, não paga impostos e não tem personalidade jurídica (ZACARELLI *et al.*, 2008). O *cluster* é uma entidade supraempresarial. Ele só se torna real quando seus integrantes o reconhecem como um território delimitado, com fronteiras definidas e com marcas que o identifiquem. Ele se consolida na medida em que seus integrantes manifestam com ele ligações emocionais, que se sintam realmente como seus membros. E tende a progredir à medida que seus integrantes desenvolvam um esforço solidário, tendo em vista o seu desenvolvimento.

Assim como a região, que passa por um processo de evolução histórica e se consolida quando adquire uma identidade (HETTNE, 1999), o *cluster* se consolida quando assume capacidade para se autorregulamentar e constitui mecanismos de governança. Essa autorregulamentação e essa governança dependem da identidade regional. Portanto, só na medida em que os atores dos *clusters* adquirem essa identidade é que o *cluster* se consolida.

Essa associação do *cluster* com a região torna-se bem evidente nos *clusters* turísticos. O turismo – como já foi considerado – possui características que o diferenciam de outras atividades produtivas, sobretudo porque é um produto que só pode ser consumido no próprio local, ou na própria região. É desejável, portanto, a realização de estudos que tenham como propósito analisar os *clusters* turísticos levando em consideração a existência de uma identidade regional. O que implica conhecer a identidade da região mediante sua caracterização empírica e a identificação de sua imagem, tanto interna quanto externa, bem como a identidade regional – ou consciência regional – de seus atores (PAASI, 2002).

A revisão da literatura indica muitos trabalhos referentes à identidade regional em nações ou no espaço constituído por grandes territórios no interior das nações, bem como em comunidades de nações. Mas a produção científica relativa à identidade regional em *clusters* ainda é pequena. Dentre os trabalhos mais expressivos, estão o de Romanelli e Khessina (2005), que tratam da identidade regional em regiões metropolitanas e *clusters* industriais e o de Terlouw (2009), referente à importância da mobilização de apoios para o desenvolvimento de *clusters* (TERLOUW, 2009).

Essas contribuições, embora expressivas, requerem aprofundamento, com vistas a fornecer respostas a questões como: como as características ambientais, econômicas e socioculturais de um *cluster* influenciam na formação de sua identidade? Como se formam as imagens externa e interna desse *cluster*? Como se manifesta identidade regional – ou consciência regional – dos atores desse *cluster*?

O fornecimento de respostas a essas questões conduzirão à formulação de uma teoria abrangente acerca da identidade regional dos *clusters*. Sua efetivação, no entanto, exigiria um trabalho bastante exaustivo. Isso porque uma teoria geral acerca da identidade regional em *clusters* turísticos implicaria a consideração das múltiplas dimensões (geográficas, históricas, econômicas, sociais, culturais e mesmo psicológicas) capazes de influenciar na identidade regional dos *clusters* turísticos.

O que se torna viável é a construção de uma teoria de médio alcance acerca de um *cluster* turístico específico. Desde que se identifique um *cluster* turístico reconhecido como representativo em determinado contexto regional e que se proceda à cuidadosa coleta, análise e interpretação de dados fornecidos por atores significativos, tornar-se-á possível construir uma teoria substantiva. Assim, foi realizada a presente pesquisa com o propósito de construir uma teoria substantiva

sobre o *cluster* constituído pelos municípios que integram o Circuito das Águas Paulista. Seu propósito é o de responder ao seguinte problema:

Como se constitui a identidade regional no *cluster* turístico do Circuito das Águas Paulista?

Uma teoria substantiva é construída mediante um processo de identificação de diferenças e similaridades no interior de um caso ou entre diferentes casos, com foco em um tema similar (ADELMAN, 2010). Seu conteúdo é, principalmente, descritivo e volta-se para a essência ou substância dos relatos obtidos. Trata-se, portanto, de uma teoria que corresponde ao produto final das pesquisas realizadas segundo os princípios da teoria fundamentada, conforme estabelecem Glaser e Strauss (1967). A teoria substantiva, embora se associe historicamente à proposta de Glaser e Strauss, vem sendo tratada também como produto de outras modalidades de pesquisa, como os estudos de caso (EISENHARDT, 1989).

Como se trata de uma teoria substantiva torna-se representativa apenas para o Circuito das Águas Paulista (que, no início desta investigação, compunha-se dos municípios de Águas de Lindóia, Amparo, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro), que está localizado na região leste do Estado de São Paulo, próximo à fronteira sul com o Estado de Minas Gerais e também próximo do eixo Campinas - São Paulo.

A justificativa da escolha do Circuito das Águas Paulista repousa no fato de ser reconhecida como uma região importante do Estado de São Paulo, em virtude da diversidade de seus produtos que envolvem não apenas estâncias hidrominerais, mas também áreas com vegetação preservada, cachoeiras, fazendas históricas, museus, artesanato, gastronomia etc. Considere-se também que nesse *cluster* se localiza uma das mais importantes redes hoteleiras do Estado de São Paulo. Dada a sua importância, o Circuito das Águas foi definido como um dos primeiros Circuitos turísticos pelo Governo Estado de São Paulo, segundo os princípios do Programa de Regionalização do Turismo, definido pelo Governo Federal. Além disso, os municípios que compõem o *cluster*, desde 2004, integram o Consórcio Intermunicipal do Circuito das Águas Paulista, o que torna o *cluster* significativo do ponto de vista da governança regional.

Embora com propósitos limitados, os resultados desta pesquisa, associados aos obtidos em outros estudos sobre identidade regional em diferentes *clusters* turísticos mediante procedimentos metodológicos similares, poderão contribuir para generalizações empíricas. Também, pela lógica da replicação, este estudo poderá contribuir para a construção de teorias de mais longo alcance, pois cada caso, embora constituindo experiência distinta, poderá ser considerado como unidade analítica de um estudo mais amplo. Assim como nos experimentos de laboratório nos quais casos distintos, após serem comparados, contribuem para a emergência de uma teoria (EISENHARDT; GRAEBNER, 2007).

Com base nessa problematização é que se propôs a realização da presente pesquisa, para a qual foi elaborada a seguinte declaração de objetivo:

Este estudo de caso tem como objetivo compreender o fenômeno da identidade regional do Circuito das Águas Paulista. O fenômeno central do estudo é a identidade regional de seus atores (agentes do poder público, empresários e gerentes de estabelecimentos turísticos, gestores do Consórcio Intermunicipal, membros de grupos comunitários, de associações profissionais e de sindicatos, lideranças da sociedade civil etc.). Neste estágio de pesquisa, considera-se a identidade regional como um conceito que envolve tanto a identidade da região, que é constituída por sua caracterização empírica e imagem interna e externa, quanto a identidade regional de seus atores, que é constituída por sua percepção acerca da existência da região, por sua identificação com a região e pela disposição para atuar em favor dessa mesma região (PAASI, 2002). Compreensão, por sua vez, é entendida no sentido weberiano, que propõe não a explicação das relações causais entre os fenômenos, mas a compreensão dos processos da experiência humana que são vivos, mutáveis, que precisam ser interpretados para que deles se extraia o seu sentido (WEBER, 2003).

Por se tratar de um estudo de caso qualitativo, diferentemente do que ocorre em outras modalidades de pesquisa, não se recomenda a construção de objetivos específicos, mas sim de questões de pesquisa. Dessa forma, propõem-se, para a orientação do desenvolvimento da presente investigação, as seguintes questões de pesquisa:

- 1- Como se configura o *cluster* do Circuito das Águas Paulista em termos ambientais, econômicos e culturais?
- 2- Que imagens do *cluster* são construídas pelos públicos internos?
- 3- Como os atores regionais percebem o *cluster*?
- 4- Como se manifesta a solidariedade entre os atores do *cluster*?
- 5- Como se articulam os atores regionais com vistas à manutenção e desenvolvimento do *cluster*?

2 REVISÃO DA LITERATURA

O presente estudo tomou um *cluster* turístico como objeto de estudo para investigar sobre o fenômeno da identidade regional. Para isso, fez-se necessário o estabelecimento de um referencial teórico capaz de proporcionar a utilização coerente de conceitos como *cluster* turístico, região turística e identidade regional. Requereu, também, o exame das contribuições teóricas relativas ao papel dos *clusters* no desenvolvimento das atividades relacionadas ao turismo e, ainda, a análise da produção científica nacional sobre *clusters* turísticos.

Como uma das características mais evidentes na definição de *clusters* é a dimensão geográfica, os *clusters* podem ser entendidos como aglomerações de empresas que se situam em determinada região. Assim, torna-se necessário compreender o papel das regiões na formação, desenvolvimento e manutenção desses *clusters*. Como o conceito de região tem sido objeto de múltiplas discussões que geraram diferentes formas de concebê-la, requer-se, também, a análise das novas concepções acerca do significado desse conceito, com vistas a sua adequação ao modelo de pesquisa proposto.

Um dos elementos mais importantes na caracterização de uma região – segundo algumas das concepções mais modernas – é a existência de uma identidade regional (ou consciência regional). Partindo da premissa de que esse conceito é central no presente estudo, estabeleceu-se, portanto, um quadro de referência teórica que fosse suficiente para o estudo de suas múltiplas dimensões, bem como para a determinação de procedimentos metodológicos adequados para verificação empírica.

2.1 Regiões

2.1.1 Acepções clássicas de região

Região é o termo utilizado para designar determinada porção da superfície terrestre que, por algum critério, pode ser reconhecida como diferente de outra. Durante muito tempo seu uso ficou restrito aos geógrafos, que sempre se dedicaram

ao estudo da organização do espaço. No entanto, atualmente, o termo região é usado também por historiadores, economistas, demógrafos, sociólogos, antropólogos, cientistas políticos, urbanistas, sanitaristas e turismólogos, que lhe emprestam significado de acordo com a área em que atuam.

São muitas as acepções conferidas ao termo “região”. Do início do último quartel do século XIX até 1970, aproximadamente, segundo Correa (2001), três grandes acepções de região foram estabelecidas pelos geógrafos. A primeira a entende como uma porção da superfície terrestre identificada pela combinação de elementos da natureza, como relevo, vegetação e clima. Essa acepção, que vigorou no último quartel do século XIX e no primeiro do século XX, por favorecer a combinação de processos naturais com impactos da ação humana sobre a região natural, foi importante para explicar muitas diferenças no desenvolvimento econômico e social das nações, mas mostrou-se insuficiente para explicar as evoluções econômicas e sociais mais recentes. Não se trata, portanto, de acepção adequada para estudos que têm como propósito estudar *clusters* turísticos.

Outra acepção, que se desenvolveu na década de 1920, concebe as regiões como área de ocorrência de uma mesma paisagem cultural, como o resultado de um processo de transformação da paisagem natural em paisagem cultural. Uma terceira acepção para o termo, e que se desenvolveu na década de 1950, trata das regiões com base em propósitos específicos, não tendo, como no caso da região natural e da região paisagem, uma única base empírica. Com fundamento nesta acepção é que se torna possível abordar os mais diferentes tipos de região, conforme os propósitos do pesquisador.

2.1.2 Novas acepções de região

As concepções clássicas de região, vinculadas principalmente à continuidade geográfica, entraram numa fase de obsolescência no final do século XX. A evolução dos meios de comunicação, a diminuição dos custos dos transportes e a conseqüente diminuição das distâncias, a ampliação das comunidades virtuais, o declínio da importância do estado-nação, o aumento do poder das corporações internacionais e muitos outros fatores, direta ou indiretamente relacionados à

globalização, passaram a exigir novas concepções de região (GIL; GARCIA; KLINK, 2003).

Os estudos regionais desenvolvidos no último quartel do século XX trataram as regiões, principalmente, como entidades abstratas, utilizadas para classificação ou delimitação de áreas (GILBERT, 1988). Alguns autores utilizaram o conceito de região como sendo a organização espacial dos processos sociais associados ao modo de produção capitalista, enfatizando a divisão social do trabalho, a lógica da circulação do capital, a reprodução da força de trabalho e os processos políticos e ideológicos. Outros autores preferiram conceber a região como foco de identificação cultural. O sentido de região estaria, pois, vinculado aos lugares constituídos por indivíduos que habitam ou habitaram seus espaços e neles imprimiram sua cultura.

De acordo com esta aceção, a região é vista como apropriação simbólica de uma porção do espaço pelas pessoas que nele habitam e contribuem para a constituição de sua identidade. Outros autores, ainda, conceberam a região como um meio de interação social. Privilegiaram, então, uma visão política da região com base na ideia de que dominação e poder são fatores fundamentais na diferenciação de áreas.

A preferência pela utilização dessas novas concepções de região deu-se pela necessidade de entendê-la como uma estrutura flexível, cujos limites não são, necessariamente, fixados em termos geográficos ou jurisdicionais, mas em função de múltiplos aspectos, tais como: fatores produtivos predominantes, fuga de fatores regionais de produção, demandas locais, articulações sociais, empreendimentos comuns, desafios competitivos e negociações com instâncias suprarregionais (GIL; GARCIA; KLINK, 2003). São, portanto, concepções mais adequadas para orientar estudos sobre *clusters* turísticos.

2.1.3 Regiões como construções sociais

Os *clusters* turísticos sediam-se em uma região. Mas as regiões turísticas são definidas ou por autoridades governamentais ou por agentes de turismo. O que significa que essas regiões devem ser entendidas como construções sociais, o que implica adotar uma concepção construtivista de região.

O principal fundamento do construtivismo é o de que os fatos sociais, inclusive os relacionados ao uso do poder, são socialmente construídos, ou seja: resultam de um processo social que constrói a consciência de fatos objetivos com base em elementos subjetivos, tais como: sentimentos, significados linguísticos, crenças religiosas, aspirações, normas morais, preconceitos, e valores culturais (HOLLIS; SMITH, 1991).

De acordo com o enfoque construtivista, as regiões são construídas socialmente, pois surgem da redefinição de normas e de identidades pelos governantes, grupos cívicos e empresas. Em relação à construção social das regiões, entende-se que são formadas por percepções coletivas de identidades e significados; o que faz com que suas fronteiras sejam, por natureza, pouco definidas e sempre mutáveis. Essa visão rejeita a concepção estática de região, pois a considera como estrutura cognitiva em mudança. Para os construtivistas, os atores criam os fatos sociais pelo estabelecimento de funções para as várias unidades espaciais. Essas funções nunca são intrínsecas, são estabelecidas em decorrência dos interesses dos usuários e observadores (VÄYRYNEN, 2003).

Para Paasi (1991), autor vinculado à perspectiva construtivista, a construção histórica de uma reunião dá-se em quatro etapas consecutivas: 1) definição da forma ou abrangência territorial; 2) formação de uma imagem conceitual e simbólica; 3) desenvolvimento de instituições regionais e incorporação da existência da região às práticas e formas de organização da sociedade; e 4) estabelecimento da região como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido, associada à consciência regional (ou identidade regional) da comunidade.

Assim entendidas, as regiões não podem mais ser vistas como entidades eminentemente geográficas. Sua construção passa a requerer elementos de ordem econômica, política, social, cultural e até mesmo psicológica, já que as regiões podem ser entendidas como representações mentais. A região, segundo essa concepção, não se define apenas por uma homogeneidade de condições naturais. Ela é mais do que isso; é um espaço sentido e vivido por seus habitantes (FRÉMONT, 1976), é um fato histórico e cultural. Não é apenas a condição de uniformidade do espaço que a define, mas, acima de tudo, a consciência coletiva desse espaço. A região passa, portanto, a ser vista como totalidade humano-espacial.

2.1.4 Regiões turísticas

O conceito de região tornou-se um dos mais fundamentais no âmbito da Ciência do Turismo, graças à importância assumida pelas chamadas regiões de turismo. Trata-se de um conceito simples, pois é possível definir região de turismo como aquela que assim foi declarada por um órgão competente. No entanto, para abordar a questão da identidade em regiões turísticas, convém distingui-la de outros conceitos como os de território, lugar e espaço turístico.

Território pode ser entendido como uma complexa rede de relações socioespaciais que se associa ao poder do Estado e também à cultura dos membros da sociedade, que de alguma forma exercem poder (SOUZA, 1995). Para Knafou (1996), são os turistas que estão na origem do território, pois são eles que definem e escolhem os lugares turísticos. Sendo assim, este autor sugere a possibilidade de três tipos de relação entre turismo e território: a) território sem turismo; b) turismo sem território; e c) territórios turísticos. Estes últimos entendidos como “territórios inventados e produzidos pelos turistas, mais ou menos retomados pelos operadores turísticos e pelos planejadores” (p. 72).

O conceito de lugar turístico refere-se “a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como também a lugares considerados potencialmente turísticos” (CRUZ, 2001, p.7). Assim, o que caracteriza um lugar turístico é a presença do turista e não de uma infraestrutura típica de uso turístico como agências, hotéis e restaurantes, embora seja necessário admitir que qualquer lugar turístico deva ter atrativos turísticos, equipamentos e serviços turísticos e uma infraestrutura básica. Dessa forma, o que diferencia um lugar turístico é essencialmente o fluxo da demanda e a utilização de sua infraestrutura turística.

Os espaços turísticos, por fim, são espaços construídos pela ação dos seres humanos e podem ser encontrados tanto em suas formas naturais, como rios e planícies, quanto artificiais, como ruas e pontes. Diferem, pois, dos lugares turísticos, uma vez que estes correspondem a um produto da experiência humana; não se referem a objetos e atributos encontrados nos espaços, mas ao envolvimento dos humanos com o mundo (TUAN, 1982).

Pode-se dizer também que os lugares turísticos são carregados de sensações emotivas e transmitem às pessoas a sensação de bem estar. Se, por um lado, o conceito de lugar é importante para o turismo, este também é visto por

alguns autores como elemento produtor de não-lugares. Os não-lugares podem ser tanto as instalações necessárias à circulação de pessoas e bens, como vias expressas, trevos rodoviários e aeroportos, quanto os próprios meios de transportes ou os grandes centros comerciais, ou ainda “os campos de trânsito prolongado onde são estacionados os refugiados do planeta” (AUGÉ, 1994, p.36-37).

Para definir uma região turística torna-se necessário, considerá-la principalmente como representação dos grupos que nela habitam ou que a procuram com finalidades turísticas. Esses elementos de representação é que proporcionam as bases para o entendimento de sua dinâmica. As ideias compartilhadas pelos atores sociais e seu relacionamento com as condições do território é que permitem definir a existência de uma região turística.

Quando, pois, um órgão define uma região de turismo sem levar em consideração as representações sociais da comunidade está apenas definindo a existência de uma potencial região de turismo. Considere-se, por exemplo, que em 2007, o Governo Português, mediante simples ato, reduziu de dezenove para cinco as regiões turísticas do país, tornando-as coincidentes com as regiões administrativas (PORTUGAL, 2011). Embora considerada pelo Ministro da Economia como um “esforço de racionalização”, a medida deixa claro que na definição do conceito de região foram levadas em consideração apenas os aspectos de ordem administrativa.

Regiões turísticas são regiões geográficas assim designadas por organizações governamentais ou entidades turísticas em virtude de compartilharem características ambientais ou culturais. Esta é naturalmente uma definição elaborada com propósitos específicos. De acordo com Ivars (2003), as regiões turísticas devem:

- Apresentar vias de entrada de natureza estratégica – portões da região turística e vias de comunicação internas – corredores de circulação;
- Ter zonas de destino que compreendem atrativos e serviços turísticos; e um *hinterland* sem atrativo turístico;
- Apresentar um conjunto de características culturais, físicas e sociais que gerem uma identidade regional;
- Ter adequada infraestrutura turística e oferta de serviços para permitir o desenvolvimento turístico e satisfazer as necessidades dos turistas;

- Ser maior que um destino ou uma única atração;
- Possuir os atrativos suficientes para atrair turistas atual ou potencialmente;
- Ter a capacidade de criar uma agência de desenvolvimento e ações promocionais para fortalecer o desenvolvimento turístico;
- Ser acessível para uma massa populacional importante.

Esses critérios demonstram que a explanação acerca das características de região turística foi feita com base em critérios específicos, próprios do setor turístico. Ressalte-se também que o autor acentua a geração de uma identidade regional, que só se evidencia a partir de uma concepção construtivista de região.

Yázigi (2001) também acentua a importância da construção social na definição de regiões turísticas, pois considera que uma região só pode constituir um polo turístico se apresentar três características: 1) densidade de frequência turística, ou seja, fluxo significativo de visitantes; 2) presença de equipamentos e serviços turísticos, representados pela infraestrutura turística (hotéis, restaurantes, agências de turismo etc.); e 3) imagem turística. Essa imagem está associada com atrativos, como os recursos naturais (clima, paisagem, água, flora e fauna) ou valores simbólicos (históricos, culturais ou religiosos, de modos de vida e de comportamento dos habitantes).

Cabe ressaltar que o conceito de região turística se associa, intimamente, aos conceitos de polo turístico e zona turística. O conceito de polo turístico corresponde a um grupo de municípios contíguos que têm recursos turísticos complementares e/ou concorrentes, que concordam em desenvolver conjuntamente suas capacidades de gestão dos municípios e de gerenciamento dos fluxos turísticos (SILVA, 2004).

2.2 Clusters

Esta seção apresenta contribuições referentes à definição do conceito de *cluster*, à classificação dos *clusters* e ao seu papel no processo de desenvolvimento regional.

2.2.1 Conceito de *cluster*

O conceito de *cluster* é verdadeiramente polissêmico, pois é apresentado com acepções que variam de acordo com a perspectiva teórica adotada pelos diferentes autores. Assim, requer-se a discussão acerca dos usos e significados atribuídos ao termo, com vistas ao estabelecimento de um sistema conceitual adequado.

A intensa utilização do termo *cluster* e de outros assemelhados, como distritos industriais, *milieux innovateurs*, redes, arranjos produtivos e sistemas produtivos é um fenômeno que se verifica a partir da última década do século XX. Embora a maioria dos estudos tenda a ressaltar o papel de Porter (1996) na disseminação desse conceito, é possível identificar o interesse por esses aglomerados na obra de Alfred Marshall (1982). Esse economista inglês realizou os primeiros estudos a respeito da concentração de indústrias especializadas em determinadas localidades. Marshall mostrou como a aglomeração de indústrias envolvidas em atividades similares – que ele denominou distritos industriais - gerava vantagens econômicas que, provavelmente, não ocorreriam caso as indústrias estivessem atuando em regiões distantes umas das outras. Marshall constatou, ainda, que as vantagens de um distrito industrial não podem ser creditadas apenas à cooperação econômica, mas a fatores imateriais de sua localização, como as relações sociais e a cultura local. São fatores que assumem importância em estudos como este, em que se analisa o significado da identidade regional dos atores sociais na configuração de *clusters*.

O interesse pelos estudos sobre distritos industriais no sentido proposto por Marshall acentuou-se a partir do final da década de 1970, graças ao entusiasmo com experiências referentes à constituição de aglomerados de pequenas empresas na região conhecida como Terceira Itália. Um estudo clássico, desenvolvido por Becattini (1979), enfatizou a importância do meio social dentro dos quais operam as empresas individuais e que constitui sua própria condição de vida. Essa contribuição será considerada na parte deste estudo que se refere à identidade regional.

Muitos outros trabalhos referentes a experiências com aglomerados industriais surgiram nas décadas seguintes. Os mais expressivos foram os referentes à experiência italiana (SCHMITZ; NADVI, 1999), mas o interesse dos

pesquisadores estendeu-se para experiências de aglomerados industriais em outros países de economia avançada e, posteriormente, a países em desenvolvimento (BRUSCO *et al.*, 1996).

Foi, porém, com o trabalho de Porter (1990), *The competitive advantage of nations*, que o conceito de *cluster* se popularizou. Nesta obra, Porter define *cluster* como:

Concentrações geográficas de empresas interconectadas, fornecedores especializados, prestadores de serviços, empresas em indústrias relacionadas e instituições associadas (por exemplo, universidades, organismos de padronização e associações comerciais) em campos particulares, as quais competem, mas também cooperam (PORTER, 1990, p. 211).

Os trabalhos de Porter tornaram-se emblemáticos nos estudos sobre desenvolvimento nacional, regional e local e sua definição de *cluster* é, até os dias atuais, a mais citada. Além disso, ensejou muitas outras definições que passaram a ser consideradas em trabalhos nesses campos. São tantas, porém, as definições e os seus usos, que o conceito de *cluster*, quando apresentado de forma ampla, pode se tornar vago e confuso (MARTIN; SUNLEY, 2003). Considere-se, a propósito, que o termo tem sido utilizado para designar tanto agrupamentos nacionais de empresas fortemente ligadas quanto agrupamentos locais de firmas similares.

Mas, a despeito das múltiplas definições, há alguns elementos que mais comumente aparecem, como *concentração geográfica*, que inicia a definição de Porter. Outras definições salientam o aspecto geográfico, como as apresentadas no Quadro 1, em tradução livre.

Quadro 1 - Definições de *cluster*

[*Clusters* são] concentrações de empresas capazes de produzir sinergia devido à sua proximidade geográfica e interdependência, embora sua escala de trabalho possa não ser pronunciada ou proeminente (ROSENFELD, 1997, p. 4).

Clusters são definidos como grupos de empresas dentro de um setor da indústria situados numa área geográfica (SWANN; PREVEZER, 1996, p.139).

Cluster é uma aglomeração mensurável de firmas existente num espaço delimitado que possui certo perfil de especialização, inclusive inter-firma, no qual as trocas e relações são substanciais (ALTENBURG; MEYER-STAMER, 1999, p. 1694).

Definimos *cluster* industrial competitivo como uma concentração geográfica de empresas ou estabelecimentos competitivas do mesmo setor industrial que apresentam um relacionamento fechado de compra e venda com outras indústrias da região ou que compartilham um *pool* especializado que proporciona às empresas uma vantagem competitiva em relação a indústria do mesmo setor em outros lugares (HILL; BRENNAN, 2000, p. 67-8).

Fonte: compilação da autora

O aspecto geográfico – embora sendo o mais acentuado pelos autores – não é o único, naturalmente. Outros fatores são reconhecidos como importantes, sobretudo porque muitos autores procuram também classificar os *clusters* segundo o grau de desenvolvimento. É o que se verifica na definição proposta por Zacarelli (2004), que estabelece que um *cluster* completo deve incluir outras características como: 1) alta concentração geográfica; 2) existência de vários tipos de empresas e instituições de apoio; 3) alta especialização produtiva; 4) total aproveitamento de materiais reciclados ou subprodutos; 5) grande cooperação entre empresas e intensa disputa; 6) uniformidade de nível tecnológico; e 7) cultura da sociedade adaptada às atividades do agrupamento.

2.2.2 Tipos de *clusters*

Da análise da literatura depreende-se que muitos autores se preocupam em definir tipos de *clusters*, elaborar modelos para classificação de *clusters* e construir instrumentos para avaliar seu grau de desenvolvimento. Como, porém, o próprio conceito de cluster é caracterizado pela flexibilidade, o estabelecimento de uma tipologia de *clusters* também não se apresenta como tarefa das mais simples. Isso porque, nas tentativas de estabelecimento de tipologias, os autores têm apelado para características muito diversas, tais como: os tamanhos, os estágios de desenvolvimento, a forma de surgimento, a profundidade, a amplitude e nível de agregação.

Uma dessas tipologias é a elaborada por Mytelka e Farinelli (2000), que apresenta três modalidades de *clusters*: informais, organizados e inovativos. Os *clusters* informais e os organizados são as formas predominantes nos países periféricos e os inovativos nos países centrais.

Clusters informais são aqueles formados por micro e pequenas empresas, caracterizados por uma baixa formação gerencial dos gestores, mão de obra pouco qualificada, sendo seu treinamento uma prática pouco usual. Esses *clusters* também são conhecidos como *clusters* de sobrevivência, caracterizados por um conjunto de microempresas de subsistência, com determinadas características: capital social

modesto, grande desconfiança entre empresas, concorrência ruinosa e baixa capacidade de inovação.

Clusters organizados são compostos geralmente por pequenas e médias empresas - PMEs, - nas quais a capacidade tecnológica, se não está absolutamente atualizada com a fronteira, encontra-se em expansão e, em alguns casos, muito próxima ao estado da arte em equipamentos e processos. Sua mão de obra recebe treinamento constante e a capacidade gerencial tende a se elevar com o passar do tempo. Contudo, a principal característica desse tipo de arranjo é sua capacidade de coordenação entre as empresas. A formação de redes de cooperação inter-firmas direcionadas à provisão de infraestrutura e de serviços e ao desenvolvimento de estruturas organizacionais vinculadas à solução de problemas comuns faz elevar tanto a capacidade de adaptação tecnológica quanto o tempo de resposta às mudanças do mercado.

Clusters inovativos, por fim, são caracterizados por um nível elevado de capacidade gerencial e mão de obra especializada. São baseados em setores nos quais a capacidade inovativa é o elemento crucial para seu desempenho. Apresentam vinculação estreita ao mercado externo, além de um elevado grau de confiança e cooperação entre os agentes, que fazem com que esse tipo de arranjo produtivo detenha uma dinâmica diferenciada em relação aos anteriores.

2.2.3 O papel dos *clusters* no desenvolvimento regional

Pode-se afirmar que os *clusters* constituem, atualmente, um das mais promissoras estratégias de indução do desenvolvimento econômico regional.

Uma década após o lançamento de sua obra seminal, Porter (2000) apresentava os *clusters* como uma nova forma de pensar em nível nacional, estadual e municipal, pois, ao se instalarem, passam a exigir o desempenho de novos papéis das empresas, das diferentes esferas de governo e de muitas outras instituições na busca pela competitividade. A existência de *clusters* passa a sugerir para as empresas que uma boa dose de vantagem competitiva está fora delas e, até mesmo, do seu setor de atividade econômica. Assim, criam-se novas agendas para a gestão, que, sem a existência dos *clusters*, não seriam reconhecidas. À medida

que consideram a existência dos *clusters*, os empresários passam a perceber a ampliação de suas responsabilidades nos ambientes de negócios em que estão localizados, que vai muito além dos impostos, dos insumos, dos custos e dos salários. A saúde do aglomerado, por sua vez, torna-se importante para a saúde da sociedade, pois as empresas podem se beneficiar por terem mais concorrentes locais. As associações comerciais, por fim, passam a ser vistas como vantagens competitivas e não simplesmente como organizações lobistas.

Ainda, segundo Porter, a importância dos aglomerados sugere novos papéis para o governo nos níveis federal, estadual e local. Os agentes públicos passam a se conscientizar que profundas políticas macroeconômicas são necessárias, mas não suficientes, pois as mais decisivas e inevitáveis influências estão no nível microeconômico. Entre elas, as referentes à eliminação dos obstáculos ao crescimento e modernização de *clusters* existentes e emergentes, já que esses passam a representar verdadeira força para o aumento das exportações e a se comportar como ímãs para atrair investimento estrangeiro. Os *clusters* também passam a representar um importante fórum para o estabelecimento de novas formas de diálogo entre as empresas, agências governamentais e instituições, como escolas, universidades e serviços públicos.

Os benefícios proporcionados pela criação de *clusters* não se restringem ao próprio *cluster*. Bojar, Bojar e Sminda (2008) apresentam uma série de benefícios positivos para as regiões em que estes operam e que podem conduzir ao desenvolvimento regional. Segundo esses autores, *clusters* eficazes podem estimular o investimento no desenvolvimento da infraestrutura e a criação de serviços especializados de apoio a empresas. Podem também contribuir para o aumento de rendas pessoais, para a redução do desemprego e para o aprimoramento da democracia local, induzido, portanto, ao desenvolvimento econômico da região em que se situam.

A união de empresas em aglomerados para a formação e desenvolvimento de um *cluster* resulta em eficiência coletiva, acúmulo de informações, treinamento especializado, pesquisas diversas, poder de barganha e negociação, implantação de infraestrutura e regulamentações. Assim, os *clusters* inserem-se em determinadas regiões, assegurando vantagens competitivas, viabilizando a atuação das micro e pequenas empresas, promovendo o desenvolvimento local sustentável e,

conseqüentemente, contribuindo com os processos de desenvolvimento do país (SCHMITZ, 1999).

Os efeitos da criação de *clusters* não correspondem, no entanto, a algo que se verifica de imediato (SCHMITZ; NADVI, 1999). Existem circunstâncias específicas que afetam diferentemente os *clusters*, produzindo trajetórias de crescimento diferenciadas. Há muitos aspectos a serem considerados no desempenho dos *clusters*, tais como as características do ambiente, além de influências históricas e culturais que podem determinar a possibilidade e o grau de inter-relação e coordenação entre os agentes. Reconhecer essa multiplicidade de influências é, pois, fundamental para a proposição de políticas econômicas voltadas para o desenvolvimento desse tipo de aglomeração industrial.

A análise dos *clusters* auxilia no diagnóstico das forças e desafios econômicos e na identificação de formas realistas para moldar o futuro econômico. Os *clusters* constituem a unidade organizacional, chave para compreender e melhorar o desempenho das economias regionais. Assim, pensar em termos de *cluster* torna-se importante para orientar a política de desenvolvimento econômico segundo uma perspectiva que avança para além das empresas tomadas individualmente. Pensar em termos de *cluster*, portanto, leva à valorização de pontos fortes da região, em lugar de tentar fazê-la ser como as outras regiões, estimulando, até mesmo, a promoção de um ambiente que favorece a emergência de novos *clusters*, em vez de criar *clusters* específicos a partir do zero (COTRIGHT, 2006).

Apesar do amplo reconhecimento do papel dos *clusters* na indução do desenvolvimento, podem ser encontradas na literatura muitas críticas relativas não apenas à sua eficácia, mas à própria definição do conceito de *cluster*. Dentre os mais conhecidos críticos dos *clusters* estão Martin e Sunley (2003), que elaboraram um ensaio com o propósito definido de desconstruir o próprio conceito de *cluster*, que é apresentado como caótico. Segundo esses autores, as estratégias competitivas genéricas citadas por Porter são muito superficiais, por falta de especificidade e por serem difíceis de medir. Segundo esses autores, a noção de competitividade é altamente complexa e varia de acordo com a escala econômica a partir da qual que o conceito está sendo usado. Assim, as nações e regiões não competiriam umas com as outras, como as empresas o fazem, e a analogia entre empresas e nações ou regiões seria falsa.

2.2.4 Clusters turísticos

As definições propostas para o conceito de *cluster* turístico derivam naturalmente das definições mais gerais, com a inclusão de elementos específicos do setor de turismo, ressaltando sempre o aspecto geográfico. É o que se verifica nas definições apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 - Definições de *cluster* turístico

[*Cluster* é] [...] um conjunto de atrativos com destacado potencial turístico, concentrado num espaço geográfico delimitado dotado de equipamentos e serviços de qualidade, eficiência coletiva, coesão social e política articulada da cadeia produtiva e cultura associativa, com excelência gerencial em redes de empresa que geram vantagens comparativas e competitivas (BENI, 2003, p. 74).

Clusters são aglomerados de atrativos turísticos, infraestruturas compatíveis, equipamentos e serviços receptivos, e organizações turísticas concentradas em âmbito geográfico bem delimitado (PETROCHI, 2009, p.12).

Cluster de turismo é uma concentração geográfica de empresas e instituições interconectadas em turismo ativo e inclui fornecedores, serviços, governos, instituições, universidades e concorrentes (CAPONE, 2004).

[*Cluster* é] [...] aquela região geográfica que possui uma densidade tal de equipamentos, serviços e de fluxos de turistas, com uma imagem diferenciada, produzindo um ordenamento sócio-espacial, no qual a produção local é determinada pela rede de fluxos intersetoriais, articulados e integrados pelos sistemas de gestão dos agentes que atuam no mesmo. Estes fluxos são orientados competitivamente à satisfação do cliente através de toda sua cadeia de valor e de produção (TOLEDO, ÁLVAREZ E CASTROMAN, 2002, *apud* SILVA, p. 385).

Fonte: compilação da autora

Os *clusters* turísticos assumem notável importância no desenvolvimento regional. Tanto é que Porter os considera uma das forças mais poderosas para atuar em prol da melhoria da infraestrutura nas áreas afastadas e na dispersão da atividade econômica (PORTER, 1999).

Com efeito, o conceito de *cluster* mostra-se adequado para a promoção do desenvolvimento regional mediante atividades turísticas, já que buscam a competitividade, atuam de forma conjunta para criar climas propícios à atividade, favorecem a inovação e o fluxo de informação, bem como a organicidade e o poder para pressionar a administração pública (ESTEVE SECALL, 2002).

O *cluster* de turismo pode ser identificado espacialmente sob duas óticas: uma de natureza geral, por meio das zonas e dos polos turísticos em que uma região se encontra dividida; e outra, de natureza específica, vinculando aos municípios e localidades que integram as zonas turísticas os diferenciados segmentos para os quais a região seja dotada de recursos de base para uma inserção competitiva no cenário nacional e internacional do mercado de viagens e turismo (SILVA, 2004).

Silva (2004) destaca que um *cluster* de turismo que tem foco no destino turístico, entendido como um *microcluster* apresenta as características de delimitação da amplitude geográfica de seu entorno, delimitação da abrangência territorial do próprio agrupamento, delimitação do segmento turístico principal e dos seus subsegmentos, bem como do próprio mercado alvo.

Microcluster constitui o modelo viabilizador do alcance e sustentação do desenvolvimento regional, como resultado da interação entre a função de especialização econômica do agrupamento — o turismo — e o território envolvido — o destino turístico e seu entorno, privilegiando os parâmetros de inovação, sustentabilidade e qualidade na articulação turismo e território, os quais atuam como elementos de base da competitividade do desenvolvimento turístico regional (SILVA, 2004).

2.3 Identidade regional

Paasi (1991) define a última etapa da construção de uma região como caracterizada pelo estabelecimento da região como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido, associada à consciência regional (ou identidade regional) da comunidade. Assim, o conceito de identidade regional assume importância na análise do processo de construção das regiões e, conseqüentemente, dos *clusters* turísticos, que ocorrem sempre numa região turística.

2.3.1 Conceito de identidade social

O conceito de identidade regional deriva do conceito de identidade social, que corresponde à “parcela do autoconceito dum indivíduo que deriva do seu conhecimento da sua pertença a um grupo (ou grupos) social, juntamente com o significado emocional e de valor associado àquela pertença” (TAJFEL, 1981, p. 291). Trata-se, portanto, de conceito fundamental da Teoria da Identidade Social.

Este sentimento de pertença pode ser concebido como um processo que ocorre ao longo de um *continuum* que vai do comportamento interpessoal ao comportamento intergrupar. Trata-se de um processo social que se operacionaliza no interior do indivíduo, mas também no espaço das relações individuais e no espaço das relações institucionais. É, portanto, um processo intraindividual, interindividual e intergrupar que ocorre em certo contexto histórico no qual podem ocorrer fusões ou conflitos.

Segundo Tajfel (1981), como os grupos não existem no isolamento social, a única maneira de atribuir valores positivos ao seu próprio grupo é mediante a sua comparação com os outros grupos. Estabelece-se, então, uma relação entre o autoconceito do indivíduo e sua identidade social, que se dá por meio de um processo de comparação social intergrupar.

Tajfel (1981) define a identidade social de um indivíduo como composta por três fatores: 1) o conhecimento que o indivíduo tem de que pertence a determinados grupos sociais, juntamente com 2) o significado emocional e 3) o valor que ele atribui a essa pertença. Logo, o sentimento de pertença a um determinado grupo é um processo complexo que envolve componentes cognitivos, emocionais e avaliativos em interação mútua e, conforme a situação, um desses componentes tende a prevalecer.

2.3.2 Conceito de identidade regional

Assim como a identidade social refere-se ao conhecimento da pertença dos indivíduos a um grupo e ao significado emocional e valorativo dessa pertença, a identidade regional refere-se ao conhecimento da pertença dos indivíduos a uma

determinada região e ao seu significado emocional e valorativo. Assim, Paasi (1991) trata da identidade regional como a ação coletiva dos indivíduos em prol da região.

Paasi (1991) distingue, no entanto, entre a identidade da região e a identidade regional de seus habitantes. A identidade da região envolve dois aspectos: descrição empírica e imagem (que pode ser interna e externa). A descrição empírica serve para caracterizar sua economia, sociedade e ambiente. A imagem, por sua vez, corresponde à maneira como esta é percebida tanto por seus habitantes como por públicos externos. Assim, é possível falar em imagem interna e externa.

A identidade regional de seus habitantes – ou sua consciência regional – corresponde ao relacionamento que os habitantes estabelecem com a região. Essa identidade, de acordo com Keating (1998), apresenta três dimensões: cognitiva, afetiva e conativa. A dimensão cognitiva corresponde ao processo de conscientização das pessoas acerca da existência da região, de seus limites e de suas diferenças em relação a outras regiões, como, por exemplo, a paisagem, a culinária, o legado histórico ou as estruturas econômicas. A dimensão afetiva corresponde às necessidades emocionais e demonstra o que as pessoas sentem em relação à região. A dimensão conativa, por fim, refere-se à disposição de seus habitantes para se mobilizarem em prol do alcance de objetivos sociais, econômicos e políticos.

2.3.3 Identidade regional no campo do turismo

Questões relativas à identidade vêm sendo abordadas na investigação no campo do turismo desde o aparecimento da obra de Proshansky, Fabian e Kaminoff (1983). Esses autores propuseram a expressão “identidade de lugar” (*place identity*) para designar a relação que se estabelece entre identidade e ambiente. Essencialmente, a identidade de lugar é uma subestrutura da identidade pessoal constituída por cognições acerca do mundo físico. Essas cognições são representadas por ideias, valores, sentimentos, atitudes e concepções acerca do comportamento que se relacionam com a complexidade e variedade dos lugares físicos que definem o cotidiano de cada pessoa. Assim, a identidade de lugar passa a ser compreendida como uma construção pessoal que é continuamente modificada

pelas experiências diretas com o meio físico. Trata-se, portanto, de um conceito importante para a investigação no campo do turismo, já que os turistas tendem a passar por novas experiências em novos lugares.

Ao conceito de identidade de lugar associam-se os conceitos de ligação ao lugar (*place attachment*) e dependência do lugar (*place dependence*). *Place attachment* é a ligação emocional ou afetiva a um lugar e, geralmente, é entendida como o resultado de um longo relacionamento com determinado lugar (LOW; ALTMAN, 1992). Por envolver também a ligação afetiva entre as pessoas e os lugares, trata-se de conceito muito útil na investigação acerca do turismo, pois essa ligação faz com que as pessoas tenham tendência a procurar determinados lugares, a se manterem neles ou perto deles e aí se sentirem confortáveis e em segurança (HIDALGO; HERNÁNDEZ, 2001).

O conceito de dependência do lugar também se refere à ligação a um lugar, mas associa-se ao potencial que este tem de satisfazer as necessidades e objetivos das pessoas e à avaliação do quanto esse lugar, quando comparado com outros, pode satisfazer o mesmo conjunto de necessidades e objetivos (STOKOLS; SHUMAKER, 1981). Trata-se, portanto, de conceito muito importante na investigação sobre turismo, já que indica o conjunto de recursos sociais e físicos do lugar e que vão ao encontro dos objetivos dos turistas por corresponderem ao que há de único e de qualitativo no lugar a ponto de distingui-lo de outros lugares.

Embora reconhecido como importante do ponto de vista teórico, o conceito de identidade de lugar tem sido objeto de críticas. Uma dessas críticas é a de que a identidade de lugar é tratada pelos seus teóricos como construção individual, sem levar em consideração fatores sociais e culturais (LALLI, 1992). Outra crítica é a de que existe pouca pesquisa empírica para fornecer suporte à teoria (HAUGE, 2007). Mas, a despeito das críticas, o conceito de identidade de lugar vem sendo utilizado com frequência cada vez maior na pesquisa sobre turismo, que vem se beneficiando, inclusive, com a construção de instrumentos específicos para sua mensuração.

O conceito de identidade regional, tal como apresentado por Paasi (1991), apresenta algumas vantagens em relação ao de identidade de lugar, quando o propósito é tratar de regiões e de *clusters* turísticos. Isso porque, embora tratando as regiões como realidades socialmente construídas, reconhece o caráter histórico de seu desenvolvimento. E, ao estabelecer que um dos componentes da identidade

regional é a identidade da região, considera também sua caracterização econômica, social e ambiental.

Segundo o modelo definido por Paasi (1991), a construção histórica de uma região de turismo passa necessariamente por quatro etapas, que podem até ocorrer concomitantemente. O primeiro estágio é o da definição de sua abrangência territorial. Aqui o essencial é a definição dos limites da região de forma tal que possa ser identificada como uma esfera espacial separada. O segundo estágio é o da formação de uma imagem simbólica da região. Neste estágio é que emerge o nome da região e fica evidente que certos símbolos nortearão sua contínua identidade. Assim, fica estabelecida a região como uma unidade sócio-cultural.

O terceiro estágio é o da emergência das instituições regionais e da incorporação da região às práticas e às formas de organização da sociedade. Essas instituições são importantes porque contribuem para ampliar, aprofundar e consolidar práticas regionais em diferentes esferas, como as da economia, da política, da sociedade civil e da administração pública. A quarta etapa é a do estabelecimento da região como parte de um sistema de regiões com papel administrativo definido, associado a uma consciência regional (ou identidade regional) da comunidade. É neste estágio que, efetivamente, a região se constrói, pois seus habitantes a reconhecem como tal, designando-a pelo nome, identificando-se com ela e manifestando interesse em sua manutenção e desenvolvimento.

A importância da identidade regional no desenvolvimento do turismo tem sido enfatizada por diversos autores. Para Ballestreros e Ramirez (2007), a identidade dos turistas e dos visitantes pode conduzir à transformação das identidades dos hospedeiros, contribuindo, assim, para gerar e consolidar novas imagens e identidades para a região. O turismo também é reconhecido como elemento capaz de criar símbolos e imagens que podem ser utilizados para marcar uma região e de se tornar, ele próprio, parte de um processo de construção da identidade regional (PLONER, 2009), embora haja autores que admitem que o turismo, em vez de contribuir, pode destruir a identidade regional. Isso porque, devido aos processos de globalização, o turismo torna-se cada vez mais inter-regional, promovendo a criação de paisagens uniformizadas, contribuindo para a diminuição da diversidade regional (SOOVALI *et al.*, 2003). De fato, com vistas a satisfazer as necessidades e desejos

de turistas diferentes, em muitas regiões são feitas concessões sobre a identidade que podem afetá-la seriamente (BALLESTEROS; RAMIREZ, 2007).

Não apenas o turismo contribui para a identidade regional, mas esta também pode estimular o turismo. Isso é particularmente verdadeiro para o turismo de patrimônio e de alimentos. Com efeito, a tradição local pode ser um meio eficaz de marcar um lugar e estimular o turismo (CONNELL; RUGENDYKE, 2010). Por exemplo, Everett e Aitchison (2008) identificam a existência de correlação clara entre o turismo de alimentos e a criação da identidade regional. Os alimentos locais podem ser conceituados como produtos autênticos que simbolizam a cultura local e do destino, podendo, portanto, desempenhar um papel importante na experiência de turismo sustentável, pois apela para o desejo do visitante pela autenticidade em suas experiências de férias (SIMS, 2009).

2.3.4 Identidade regional em *clusters* turísticos

Como foi considerado na Introdução, uma das características que melhor possibilitam caracterizar um *cluster* é a sua dimensão regional. Porter (1998) define *cluster* como uma concentração geográfica de empresas relacionadas. Também Doeringer e Terkla (1995), Swann e Prevezer (1996), Enright (1996), Hill e Brennan (2000), Crouch e Farrell (2001) e Ketels (2003) definem o conceito tratando a dimensão geográfica como essencial.

Fica claro, portanto, que os estudos sobre formação, desenvolvimento e expansão dos *clusters* devem levar em consideração a dimensão regional. *Clusters* turísticos de maneira toda especial, pois diferentemente dos *clusters* industriais – que constituem o modelo clássico de *cluster* – abrigam empresas e organizações, agentes e atores sociais muito diferentes entre si e que se assemelham unicamente por se situarem na mesma região.

Também os *clusters* turísticos apresentam maior especificidade porque a estrutura social da região em que se inserem constitui elemento chave para o desenvolvimento sustentável de qualquer destino turístico. O envolvimento e a participação das pessoas locais dos mais diversos segmentos sociais é que tem a força necessária para proporcionar ao turista uma experiência única de prazer ou o seu oposto (VIGNATTI, 2008). Assim, a estrutura social da sociedade regional

precisa ser adequadamente compreendida para que as competências de seus habitantes possam ser utilizadas em prol do turismo regional.

Considerando a estreita vinculação do conceito de *cluster* turístico com o de região turística, pode-se admitir que, para que um *cluster* se consolide, é necessário passar pelas etapas de construção de uma região, conforme definido por Paasi (1991). Assim, um *cluster*, em seu último estágio de evolução, deve apresentar organizações regionais sólidas, ser reconhecido como parte de um sistema de *clusters* turísticos, ter um papel administrativo bem definido e uma consciência regional da comunidade.

A consciência regional ou a identidade regional dos atores é, pois, essencial para a consolidação de um *cluster* turístico. Identidade essa que envolve não apenas a dimensão cognitiva, mas também a dimensão afetiva e a dimensão conativa (KEATING, 1998). É necessário, portanto, que esses atores reconheçam a existência do *cluster* como uma realidade, embora construída socialmente, que tenham clareza acerca das fronteiras do *cluster* e mantenham-se informados acerca das atividades que aí são desenvolvidas e dos planos para seu desenvolvimento, que reconheçam elementos que o distinguem de outros conglomerados turísticos, que reconheçam seu papel no funcionamento do *cluster* e sintam-se envolvidos emocionalmente com o *cluster* que se sintam confortáveis no desempenho de suas atividades e manifestem solidariedade com os demais participantes, que participem dos esforços em prol de seu desenvolvimento e associem-se às organizações e movimentos em prol de seu crescimento.

Para definição dos atores regionais dos *clusters* turísticos pode-se recorrer à Teoria dos *Stakeholders*, formulada por Freeman (1984), que vem se mostrando promissora para estudos nesse campo. No Brasil, já são encontrados tanto ensaios teóricos (MEDEIROS; BRAMWELL, 2002; VIEIRA; COSTA; CINTRA, 2012), quanto pesquisas empíricas que enfatizam o papel dos *stakeholders* na Gestão do Turismo (KOGA; WADA, 2013; OLIVEIRA; WADA, 2012; RIBEIRO; WADA, MATOS, TONELOTTO, 2012; JUNQUEIRA; WADA, 2011), que se refere a indivíduos ou grupos de indivíduos que podem afetar ou serem afetados pelas atividades ou objetivos de uma empresa e que, portanto, precisam ser considerados como elemento essencial em seu planejamento estratégico.

Assim, podem ser considerados *stakeholders* do turismo aquelas pessoas ou grupos de pessoas procedentes de entidades públicas ou privadas que podem afetar

ou serem afetadas pelas atividades turísticas e que devem, portanto, serem consideradas no planejamento estratégico do setor de turismo em um território ou em um destino turístico (CORTIJO; MOGOLLÓN, 2011). Esses *stakeholders* podem ser: a) acionistas; b) associações empresariais, industriais ou profissionais, c) clientes; d) competidores; e) comunidades onde as empresas têm operações, associações vicinais, f) gerentes; g) empregados, h) governo nacional; i) governos estaduais, j) governos municipais, k) investidores, l) ONGs; m) sindicatos; n) famílias, o) fornecedores, p) meios de comunicação.

Em virtude do grande número de pessoas ou organizações que podem ser consideradas *stakeholders*, estes podem ser classificados. Assim, Sirgy (2002) classifica os *stakeholders* em três categorias: internos, externos e distais. A categoria dos internos inclui funcionários, pessoal executivo, departamentos de empresas e os conselhos de administração. A categoria dos externos inclui acionistas, fornecedores, credores, comunidade local e meio-ambiente. A categoria dos distais inclui firmas concorrentes, consumidores, grupos de defesa, agências governamentais, eleitores e sindicatos.

2.4 Produção científica nacional sobre *clusters* turísticos

A produção científica nacional sobre *clusters* turísticos inicia-se na primeira década do século. Uma das principais motivações para a elaboração desses trabalhos tem sido a tentativa de elaboração de modelos para análise de diferentes aspectos dos *clusters*, notadamente da competitividade. Outra modalidade de trabalho é a que tem como propósito verificar se estabelecimentos turísticos agrupados em determinada região podem ser considerados *clusters* turísticos. Também são identificados trabalhos elaborados com o propósito de verificar a existência de articulações entre atores no âmbito de *clusters* turísticos. Nota-se a inexistência de trabalhos que tenham como propósito a construção ou o aperfeiçoamento de teorias sobre *clusters* turísticos. Embora tenham sido encontrados diversos trabalhos apresentados como ensaios teóricos, principalmente em eventos nas áreas de Administração e Turismo, a maioria, no entanto,

corresponde a pouco mais do que seleção de excertos de outros trabalhos relativos ao tema.

Um aspecto a ser ressaltado é que menos da metade desses trabalhos foram publicados em periódicos ou apresentados em eventos do setor de Turismo. Foram encontradas algumas teses de Doutorado e dissertações de Mestrado em Administração e também uma em Planejamento Regional e Gestão de Cidades; nenhuma defendida em programa de Pós-Graduação em Turismo. Ressalte-se, ainda, que alguns desses trabalhos foram apresentados ou publicados em eventos e periódicos de áreas que se distanciam do Turismo, como: Produção, Logística e Operações Internacionais, Gestão Tecnológica e Engenharia da Produção.

2.4.1 Elaboração de modelos para identificação e avaliação de *clusters* turísticos

A construção de modelos para identificação, análise e avaliação de *clusters* turísticos é um dos principais temas tratados em trabalhos de pesquisa produzidos no Brasil. O que muitos autores pretendem é elaborar modelos que possibilitem tanto a identificação dos *clusters* quanto a avaliação de seu diferencial competitivo. Dentre esses trabalhos, o mais antigo é o que foi elaborado por Toledo, Valdés e Pollero (2002). É, no entanto, o trabalho de Cunha e Cunha (2005) o mais citado, tendo merecido até mesmo menção em trabalhos publicados no Exterior.

O trabalho pioneiro de Toledo, Valdés e Pollero (2002) apresenta um modelo teórico para analisar as dimensões de referência da competitividade dos agentes pertencentes a um *cluster* de turismo. A justificativa para elaboração desse modelo é a de que o *cluster* requer essencialmente a existência da vantagem competitiva construída a partir de uma estratégia competitiva, cooperativa e uma estratégia de relacionamento com o cliente. Esse modelo, denominado Sistema Interfuncional Integrado da Competitividade de Destinos Turísticos (SIIC) engloba, além dos componentes clássicos, natureza da demanda e recursos turísticos, também os componentes: estratégias competitivas, estratégias cooperativas e estratégias de relacionamento.

Segundo os autores desse modelo, os componentes designados como natureza da demanda e recursos turísticos têm as características de criar condições básicas para o desenvolvimento do *cluster*. Os outros três elementos são

responsáveis pela melhoria da vantagem competitiva do *cluster*. O primeiro, a estratégia competitiva, baseada em Porter, tem seu foco na rivalidade entre as empresas internas ao *cluster*. O segundo, a estratégia cooperativa, é considerada como básica do *cluster*, cuja propriedade principal é a criação de uma rede de sinergias em busca de objetivos comuns. O terceiro é o relacionamento com o cliente, que está diretamente relacionado com a criação de valor e em sua orientação para o cliente. O diferencial desse modelo estaria, portanto, nos componentes: estratégias competitivas, estratégias cooperativas e estratégias de relacionamento com o cliente, que possibilitam um incremento da vantagem competitiva do destino e constituem a principal característica distintiva dos *clusters* em relação aos polos turísticos.

Cunha e Cunha (2005) elaboraram um modelo para avaliar o grau de interação entre competitividade e sustentabilidade nos *clusters* turísticos e seus impactos econômicos, sociais e ambientais. Seu propósito é o de apresentar uma proposta de medida de impacto de um *cluster* turístico e orientar estrategicamente agentes responsáveis pelas políticas do setor de turismo, empresas e instituições públicas e privadas. Os autores definiram sete indicadores: a) conjunto de atrações turísticas; b) concentração de empresas de serviços turísticos; c) setores de apoio à prestação de serviços; d) infraestrutura apropriada e de baixo custo; e) empresas ou instituições que forneçam qualificações especializadas, informações ou capital; f) agentes internos organizados; e g) agências governamentais e outros órgãos reguladores.

Como justificativa para sua elaboração, os autores acentuam que os modelos até então elaborados têm dado preferência à escala microeconômica, deixando de lado aspectos importantes para a análise da sustentabilidade. Assim, afirmam que esse modelo permite a análise dos atores que compõem o *cluster* turístico e suas interrelações, possibilitando identificar os fatores que propiciam o incremento da competitividade nos diversos níveis (meta, meso, macro e micro), além dos fatores à sustentabilidade (social, econômica, cultural, político-social e ambiental), possibilitando comparações regionais e temporais.

Para aplicação desse modelo, os autores definem sete etapas: 1) identificação e caracterização de um *cluster*; 2) identificação dos atores principais ou elementos constitutivos do *cluster*, organizados em rede; 3) pesquisa de campo e elaboração da matriz de impactos cruzados (agentes e atores locais x subfatores e

variáveis de impacto); 4) tratamento estatístico das informações, mediante análise dos componentes principais; 5) hierarquização dos fatores indutores que influenciam positivamente ou negativamente na competitividade e sustentabilidade de um *cluster* turístico; 6) avaliação dos resultados em um workshop com os atores principais do *cluster*; 7) preparação do relatório final com os resultados da pesquisa.

Martins e Sucu (2005) elaboraram proposta de um modelo para a identificação de *clusters* turísticos, valendo-se de um estudo de caso realizado na cidade de Belém do Pará. Para a viabilização da pesquisa, foram considerados três conjuntos de dados: 1) aspectos de interesses turísticos (atrativos, estrutura mínima, cultura e preparação para o turismo); 2) aspectos de *cluster* (iniciativa empresarial local, ações coletivas, ambiente de cooperação e competição), e 3) aspectos de sobrevivência e desenvolvimento de *cluster* (planos, projetos, investimentos, avaliações e aperfeiçoamentos). Após aplicarem o modelo na localidade, os autores concluíram que a cidade de Belém constitui apenas um *cluster* turístico em potencial.

2.4.2 Estudos para identificação de *clusters*

A maioria dos trabalhos que envolvem pesquisa empírica tem como propósito verificar a existência de *clusters* em regiões de turismo; ou, mais especificamente, verificar se os estabelecimentos turísticos de determinada região constituem de fato um *cluster* turístico. O caso do estudo elaborado por Vianna e Hoffmann (2009), que resultou na classificação dos municípios catarinenses de acordo com os indicadores associados à formação de um *cluster* de turismo cultural, utilizou como fonte de dados o Perfil de Informações Básicas Municipais.

Dentre os duzentos e noventa e três municípios catarinenses, foram selecionados todos aqueles destacados pelo site da SANTUR (Santa Catarina Turismo S/A) nas análises de Demanda Turística do ano de 2008, o que corresponde a dezesseis municípios. Para tanto, consideraram quatro variáveis com seus respectivos indicadores: 1) equipamentos culturais (museus, teatros, ginásios, cinemas, bibliotecas, shopping centers, instituições de ensino superior); 2) articulações interinstitucionais (consórcio público, convênio com setor privado, apoio do setor privado ou da comunidade, área de interesse turístico, conselho municipal

turístico, conselho municipal de cultura); 3) atividades artesanais (bordado, barro, couro, madeira, frutas, material reciclável, metal) e 4) festas populares (festas de verão, de outono, de inverno e de primavera).

Para viabilizar o estudo, os autores utilizaram a técnica do escalonamento multidimensional, que possibilita a construção de uma imagem relativa percebida de um conjunto de objetos, no caso, os indicadores necessários para a formação de um *cluster* de turismo cultural. Os autores concluíram que o Estado de Santa Catarina possui um significativo número de municípios que possuem um conjunto de indicadores necessários para a formação de um *cluster* de turismo cultural, o que torna viável ao poder público, com pouca necessidade de investimentos, fomentar de maneira efetiva o desenvolvimento desse setor, que tem profundas ligações com a sustentabilidade e a melhoria da qualidade de vida das populações envolvidas.

Outro trabalho que apresenta essa característica é o elaborado por Nogueira (2009), que propõe a aplicação de uma metodologia quantitativa para identificar a existência de *clusters* turísticos nos municípios litorâneos do Estado de São Paulo. Para desenvolver seu trabalho, o autor utilizou como base dados o Relatório Anual de Informações Sociais, elaborado pelo Ministério do Trabalho e Emprego. A condução do trabalho envolveu as etapas: 1) apresentação da abrangência e limite da região turística objeto da pesquisa; 2) relacionamento das classes de atividades econômicas e classificação segundo a vinculação específica ao turismo litorâneo; 3) coleta, classificação e consolidação dos dados pertinentes às classes de atividades econômicas dos estabelecimentos e empregos circunscritos ao espaço geográfico delimitado; e 4) mensuração, comparação e avaliação das variáveis. Os resultados do estudo indicaram a existência de diferentes estágios de formação de *cluster* no ano de 2007, levando o autor a concluir que somente os municípios de Ilhabela, São Sebastião e Ubatuba são caracterizados como *clusters* turísticos efetivos.

Um estudo elaborado com a finalidade específica de identificação de *clusters* é o realizado por Souza e Neto (2008), que teve como propósito verificar a existência de *clusters* potenciais de turismo no Nordeste, apontando suas características e dimensões econômicas, em termos de emprego e renda, além de sua evolução, entre os anos de 2002 e 2005. Para definir o núcleo de *cluster* de turismo, os autores usaram o modelo da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo), escolhendo as seguintes atividades: hospedagem, alimentação, agências de viagens, transporte rodoviário de passageiros, transporte aéreo, atividades

recreativas e aluguel de veículos. Os autores utilizaram como base de dados a PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios). Para a identificação de *clusters* na região, foram utilizados três indicadores: o cálculo do Quociente Locacional (QL) que permite fazer comparações entre as especializações em determinado setor das localidades selecionadas e duas medidas de Horizontal *Clustering* (HC) que incorporam a dimensão geográfica no qual o *cluster* está inserido.

Os resultados do estudo revelaram que o Nordeste apresenta *clusters* potenciais de turismo, destacando-se em relação às demais regiões brasileiras. Revelaram também que os estados da região que se destacaram foram Bahia, Rio Grande do Norte, Pernambuco e Sergipe. Os resultados comprovaram a identificação de *clusters* de turismo em todas as regiões metropolitanas do Brasil. Os autores concluíram que, as RM's – Regiões Metropolitanas do Nordeste se sobressaem entre as regiões do Brasil, apresentando um maior número de *clusters* potenciais de turismo, utilizando-se o QL como indicador.

Borba *et al.* (2004) realizaram uma pesquisa no município de Ouro Preto também com a finalidade de verificar a existência de um *cluster* de turismo. Para definir o núcleo do *cluster* de turismo, os autores usaram como base de dados, os números da RAIS – Relação anual de informações sociais, correspondentes a aproximadamente duzentas micro e pequenas empresas dos setores de: hotelaria, gastronomia, transporte, comunicação, artesanato, agências de turismo, além de instituições de ensino e administração pública. Para a identificação do *cluster*, foi utilizado o método *Location Quotients* (LQ) e foram realizadas entrevistas com empreendedores desses setores.

De acordo com os resultados, as condições apresentadas pelo município de Ouro Preto, como a concentração de MPE's do mesmo ramo no mesmo espaço geográfico e a concentração de instituições de ensino, configuram um perfil propício para o aproveitamento de todas as vantagens que existem em um *cluster*. Todavia, os autores concluem que, para que Ouro Preto possa ser considerado um *cluster* turístico completo, há a necessidade de promover articulações que visem reforçar as características positivas do *cluster* já presentes na cidade. Assim, as características ausentes, como coordenação, objetivos em comum, descoberta de afinidades entre MPE's, deveriam ser paulatinamente introduzidas neste conjunto.

Pires, Carvalho e Donaire (2010) realizaram um estudo na Vila de Paranapiacaba, localizada no município de Santo André (SP), com o propósito de analisar o *cluster* turístico da Vila, mas com um propósito mais específico: identificar as necessidades mais emergentes para a melhoria de sua competitividade, embora tenham proposto também uma metodologia para avaliação dos denominados *clusters* turísticos. Para realização da pesquisa, os autores utilizaram dados de registros estatísticos de instituições públicas e privadas da região, realizaram entrevistas com alguns dos principais protagonistas do *cluster* e realizaram observação de campo. Procederam, então, à caracterização dos agentes envolvidos no *cluster* bem como dos negócios turísticos e o do seu mapeamento, visando identificar as oportunidades de negócio e de contribuição para a competitividade do *cluster*.

Os resultados da pesquisa apontam que a principal demanda turística é composta por ecoturistas, seguida por turistas escolares, motivados pelo desejo de conhecer a localidade por suas características histórico-culturais; e pelos que buscam a Vila pelos eventos aí realizados, como o Festival de Inverno. Os resultados indicam, ainda, que, o turismo gastronômico também atrai turistas. No entanto, as demais potencialidades e vocações turísticas identificadas apresentam baixa procura.

Os autores concluem que o poder público tem exercido ações para o desenvolvimento do turismo local. Essas ações, no entanto, segundo os autores apresentam-se mediocrementemente e existem barreiras em relação à aceitação de sua orientação. Os autores concluíram que as necessidades mais emergentes são: a) a criação do Conselho Municipal com a finalidade de fortalecer a cultura sobre a atividade turística junto aos demais setores do empresariado, população e associações civis; b) maior envolvimento do poder público com vistas ao objetivo de desenvolver sustentavelmente a Vila de Paranapiacaba na formação de um importante *cluster* turístico do Estado de São Paulo, e; c) consolidação de uma entidade supraempresarial que exerça a governança e que seja capaz de agregar os interesses dos diversos setores, além de garantir o planejamento e a implantação de ações que contribuam com a criação de vantagens competitivas.

2.4.3 Estudos com o propósito de analisar articulações entre atores do *cluster*

Outra categoria de estudos que envolvem pesquisa empírica é a que se refere aos estudos que têm como propósito analisar articulações entre atores dos *clusters*. É o caso do estudo de Borin (2004), que se dedicou à análise de organizações que atuam em três *clusters* ecoturísticos formados nas localidades de Bonito-MS, Brotas-SP e no Parque Estadual da Ilha do Cardoso, na região de Cananéia-SP. Constatou-se que, entre as organizações que atuam nos *clusters*, há maior tendência à cooperação, comparativamente às empresas que não participam desse tipo de arranjo local. No entanto, embora mantendo a convicção acerca das vantagens oferecidas pela conduta associativista, sofrem, principalmente nas épocas de baixa demanda de turistas, a pressão da competitividade na busca por clientes.

Botelho, Bahia e Rios (2009) realizaram um estudo no estado do Amazonas com o propósito de analisar as relações estabelecidas entre os *stakeholders* formadores do *cluster* turístico do Amazonas. Para a realização da pesquisa, os autores realizaram entrevistas com alguns *stakeholders* governamentais e empresariais que compõem o trade de turismo. Também utilizaram dados referentes ao turismo do Amazonas, disponibilizados pela EMBRATUR.

Os resultados evidenciaram que os *stakeholders* empresariais não confiam no governo federal, estadual e municipal devido a não continuidade de ações, ocorrida em função da alternância de mandatos. No entanto, os *stakeholders* governamentais afirmam que as relações com o empresariado do turismo local são dificultadas em consequência da incompreensão ideológica de que o governo possui o papel principal de interventor direto nas ações de apoio financeiro, principalmente no financiamento de obras relacionadas à expansão da rede hoteleira regional.

Os autores concluíram que várias divergências de ações entre o governo estadual e municipal têm trazido consequências que comprometem o bom desempenho do turismo, principalmente no direcionamento de recursos financeiros e na qualificação da mão de obra local. Por fim, os autores afirmam que, para que o trade de turismo amazonense possa ser competitivo, faz-se necessário maior comprometimento dos *stakeholders* governamentais, colaboração dos *stakeholders* empresariais e o desenvolvimento focado na orientação do turismo para o mercado.

Andrighi e Hoffmann (2010) realizaram uma pesquisa no município de Urubici-SC com a finalidade de analisar as relações entre os atores de uma rede interorganizacional com enfoque na cooperação e suas contribuições para a competitividade dos atores turísticos da destinação dessa região. Foram coletados dados por meio de sites eletrônicos oficiais, da análise de documentos da cidade e da aplicação de questionário para os envolvidos com o turismo, para verificar a evolução das relações de cooperação, confiança e comunicação.

Os resultados indicam que o setor privado apresenta menor frequência de ações cooperativas, embora apresentando maiores frequências de confiança e comunicação. Para os autores, talvez isso aponte para o fato de que a cooperação seja uma etapa de relacionamento posterior e que a confiança e a comunicação seriam condições prévias para que houvesse cooperação. Os autores concluem que, apesar da percepção dos atores sobre a competitividade, a relação entre as organizações do turismo de Urubici não apresenta indícios suficientes para supor a existência de uma rede interorganizacional. Concluem também que o município se situa em um estágio preliminar para a constituição de uma rede interorganizacional.

Xavier, Wittmann e Inácio (2010) realizaram um estudo sobre a potencialidade para a formação de um *cluster* turístico de Ouro Preto-MG, com o objetivo de analisar a relação entre os atores e a importância da rede de turismo do município para o turismo local, bem como mostrar quais os serviços turísticos são mais utilizados pelos turistas na cidade. Os autores aplicaram 600 questionários para turistas selecionados por meio de uma amostragem aleatória simples. Constataram que a estrutura da rede de turismo em Ouro Preto é baseada na informalidade, na qual as relações de interdependência e conexões entre os seus atores ocorrem de forma espontânea, não hierarquizada, sem a existência de uma forma de regulação.

O aspecto fragmentado do turismo em Ouro Preto e a interdependência entre os mais variados bens e serviços (transporte, hospedagem, alimentação e atrativos) mostram a necessidade da formação de alianças entre os atores da rede turística do destino. Portanto, os autores concluem que é necessária a formação de alianças entre os atores, com vistas a promover a cooperação entre os atores e a formar redes (*clusters*) de serviços turísticos, estruturadas para torna a região um destino turístico sustentável e rentável para os empresários, gestores e comunidade local.

2.4.4 Estudos acerca da competitividade dos *clusters*

Também foram identificadas pesquisas empíricas elaboradas com a finalidade de analisar vantagens competitivas dos *clusters*. Costa, Costa e Miranda Júnior (2012) estudaram o APL (Arranjo Produtivo Local) da região turística de Costa dos Corais, situada no litoral do Estado de Alagoas, com o propósito de analisar sua potencial contribuição na ampliação das vantagens competitivas das micro e pequenas empresas do turismo e no desenvolvimento local. A região turística é composta por oito municípios: Barra de Santo Antônio, Paripueira, Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres, Porto de Pedras, Japaratinga, Maragogi e Porto Calvo.

Para viabilizar o estudo, os autores realizaram entrevistas com o gestor do projeto de implementação do APL Costa dos Corais e com o representante dos artesãos da região. Além disso, aplicaram um questionário a gestores de órgãos públicos e a oitenta e oito empreendedores envolvidos diretamente com o turismo da região nos segmentos de: hotéis, pousadas, restaurantes, bares e no artesanato. Do número de 80, apenas 53 empreendedores responderam ao questionário.

Os resultados revelaram que as principais vantagens competitivas da região são a mão de obra qualificada e a divulgação e a ampliação da comercialização dos produtos. No entanto, os autores constataram que existe pouca cooperação entre os agentes do turismo, pois, a maioria dos entrevistados, embora reconhecendo a importância das relações cooperativas para a competitividade, preferem agir isoladamente e não formarem alianças de cooperação para aquisições conjuntas e consecução de crédito. Assim, os autores concluem que os empreendimentos contribuem apenas de forma indireta para o desenvolvimento da região e do APL, pois são raras as ações de cunho socioambiental empreendidas pelas empresas do APL. Concluíram, também, que é necessária a formação de alianças entre os atores com vistas à promoção da cooperação, além da valorização de uma cultura compartilhada entre todos os envolvidos com o turismo na região.

Feger *et al.* (2008) analisaram o aglomerado turístico formado pelos empreendimentos localizados nos municípios integrantes do Projeto Rota da Amizade, situados na região Meio Oeste do Estado de Santa Catarina, com a finalidade de verificar em que fatores de competitividade os empresários do aglomerado turístico apresentam maior capacitação para a formulação de

estratégias. Os autores consideraram como unidades de análise os hotéis e os restaurantes localizados na área de abrangência do aglomerado, por considerá-los representativos do turismo. Optaram, então, por formar dois grupos: um pertencente ao Projeto Rota da Amizade e outro formado pelos empreendimentos não pertencentes ao projeto, ambos representados por dez hotéis e dez restaurantes.

Os resultados indicam que as empresas que compõem o conjunto que aderiu ao Projeto Rota da Amizade apresentam maior capacitação quando comparadas ao grupo de empresas que não aderiu. Em todos os aspectos analisados, as empresas vinculadas ao aglomerado de empresas turísticas apresentaram indicadores superiores, embora as diferenças não sejam significativas. Nota-se, entretanto, uma diferença maior nos indicadores do fator empresarial no quesito recursos humanos e produção, sugerindo que as empresas aderentes ao APL atentam mais para as questões de aprimoramento dos seus colaboradores e de melhorias dos processos produtivos.

Santa Rita *et al.* (2007) realizaram um estudo com o propósito de identificar como se articulam os níveis sistêmicos da competitividade (meta, macro, meso e micro) em dois Arranjos Produtivos de Turismo do Estado de Alagoas, e suas relações com o desenvolvimento regional, utilizando o modelo desenvolvimento pelo IAD (Instituto Alemão de Desenvolvimento). Um dos arranjos é o Costa dos Corais, composto por oito municípios: Barra de Santo Antônio, Japaratinga, Maragogi, Paripueira, Passo de Camaragibe, Porto Calvo, Porto de Pedras, São Miguel dos Milagres. O outro é o da Região das Lagoas, situado na mesorregião do leste alagoano e microrregião de Maceió, compreendendo os municípios de Maceió, Marechal Deodoro, Barra de São Miguel, Pilar, Santa Luzia do Norte e Coqueiro Seco.

Os autores coletaram dados fornecidos pelo Sistema de Gestão Estratégica Orientada para Resultados (SIGEOR) do SEBRAE/AL e realizaram entrevistas com os gestores dos dois arranjos. Os resultados evidenciaram que no nível Macro, as questões tributárias e o apoio institucional do governo são marcos regulatórios que fragilizam as políticas públicas para o desenvolvimento do APL. No nível meta, a reduzida participação dos atores em ações voltadas para a capacitação e a aprendizagem explica-se pela falta de planejamento. Os autores constataram que o nível meso aponta a ausência de infraestrutura como barreira para o desenvolvimento da competitividade no setor e, o último nível, o micro, indica a não

estruturação de uma logística integrada com fornecedores e a cultura dos empreendedores; esses são, portanto, fatores que limitam o desenvolvimento do APL.

Os autores concluíram que os atores desses dois Arranjos Produtivos Locais apresentam deficiências na interação com o sistema. Concluíram, também, que havia a necessidade de uma mobilização das capacidades sociais para que alternativas fossem desenvolvidas de forma a promover competências distintivas, através da aprendizagem mútua, da articulação e do consenso entre os diferentes atores do arranjo.

2.4.5 Estudos sobre avaliação de *clusters*

Há estudos que promovem avaliações de aspectos específicos de *clusters* já implantados. É o caso do estudo realizado por Trindade, João e Claro (2012) sobre a Região Metropolitana da Baixada Santista, com o propósito de analisar o modelo de gestão participativa do polo turístico local. Essa região, situada no litoral do Estado de São Paulo, é composta por nove municípios: Peruíbe, Itanhaém, Mongaguá, Praia Grande, São Vicente, Cubatão, Santos, Guarujá e Bertioga. Para fundamentar a pesquisa, os autores basearam-se na teoria do Diamante, de Porter, confrontando-a com o estado atual do turismo da região. Foram também realizadas entrevistas com atores do poder público da esfera municipal e de organizações e instituições disponíveis na região, além de entidades de classe representativas da organização do *trade* turístico.

Os autores definiram dez indicadores determinantes da competitividade, a saber: produtividade, inovação, estratégias comerciais e condições da demanda, redes de serviço, indústrias correlatas e de apoio, infraestrutura logística, mercado de trabalho local, agências de financiamento e crédito, cooperação entre atores, governança da aglomeração e recursos naturais.

Os resultados indicam que o desenvolvimento de um *cluster* turístico é aceito com bastante reserva pelos entrevistados e convergem para a necessidade de um grande esforço de sensibilização e mobilização para alcançar credibilidade. Os autores concluem pela possibilidade de, efetivamente, integrar uma região e

transformá-la em um polo turístico competitivo; o que favoreceria o desenvolvimento econômico da região, com a geração de emprego e renda e a agregação de vantagens competitivas em relação às cidades vizinhas.

Gomes, Silva e Santos (2008) analisaram a política de implantação e o desenvolvimento dos Circuitos turísticos de Minas Gerais, a partir da concepção de *cluster*. Realizaram entrevistas com diretores da Secretaria de Estado do Turismo de Minas Gerais e aplicaram questionário para nove gestores dos Circuitos considerados pela SETIR-MG como os mais avançados.

Os resultados indicaram que em alguns *clusters* a mão de obra é pouco qualificada por não possuir plano de qualificação. No entanto, metade dos *clusters* está investindo na capacitação de recursos humanos por meio de instituições que fornecem qualificação especializada. Os resultados evidenciaram, também, que o relacionamento entre o poder público e a iniciativa privada, bem como a cooperação e a troca de informações entre os associados estão satisfatórios. A competitividade interna das organizações, em busca de qualidade, no entanto, foi considerada média ou inexistente.

Os autores concluíram que, apesar de os Circuitos apresentarem alguns aspectos que devem ser ajustados, todos se preocupam e querem fomentar um desenvolvimento que beneficie as regiões inseridas, havendo, no entanto, a necessidade de ações planejadas, cooperadas e competitivas realizadas por meio de um sistema integrado.

2.4.6 Estudos sobre regiões turísticas

Foram identificados estudos que avançam para além da análise de *clusters* e se propõem a estudar regiões turísticas. É o caso do estudo conduzido por Toledo e Silva (2004) na Região dos Lagos, no litoral do estado do Rio de Janeiro, com o propósito de definir bases de identificação de características que devem ser desenvolvidas ou aprimoradas com vistas a obter maior competitividade a partir de dois focos: competitividade do destino e competitividade das empresas do destino.

Os municípios selecionados foram Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio e Saquarema. Os critérios de seleção usados foram: *porte do município*, em termos de população e atividades econômicas desenvolvidas, e

o *potencial turístico*, caracterizado pelo apelo turístico junto aos principais mercados emissores e pela presença de fatores de atratividade representativos.

Para a viabilização da pesquisa, os autores classificaram o estágio de desenvolvimento do sistema de turismo da região, confrontando os modelos de Polo e *Cluster*. Polo turístico relaciona a competitividade de um destino apenas às suas características geográficas e aos atrativos naturais e turísticos, além de incorrer em limitações de caráter estratégico, enquanto o modelo de *cluster* apresenta-se como uma alternativa mais ampla para o desenvolvimento de um destino turístico, uma vez que proporciona o estabelecimento de estratégias competitivas e cooperativas que incrementem a vantagem competitiva.

Os resultados da pesquisa indicaram algumas características do modelo de *cluster* na Região dos Lagos, como: a) a preocupação com o desenvolvimento sustentável manifestada por meio de estudos e ações promovidas pelos setores públicos e privados e por organizações não governamentais e b) a participação da sociedade e de representantes do *trade* na elaboração de Planos Diretores e de programas relacionados à atividade turística. No entanto, os autores concluem que há a necessidade de se direcionar o tratamento da atividade turística, dando maior ênfase a aspectos estratégicos obtidos a partir da formatação dos destinos turísticos em torno do modelo de *cluster*, sustentados pela coexistência da cooperação e da competição.

Oliveira (2007), por sua vez, analisou a importância dos *clusters* existentes em uma região no incremento da atividade turística, considerando, especificamente, a Rota dos tropeiros, que é um dos 46 Circuitos turísticos criados pelo Governo do Estado de Minas Gerais. A autora constatou que a cidade mais competitiva, Formiga, apresenta apenas um *cluster* industrial incompleto, mas é a maior cidade do Circuito, com um grande número de empresas e estabelecimentos comerciais, além de abrigar parte considerável do Lago de Furnas. Na cidade de Arcos, foi identificado um *cluster* de calcário, mas que requer incremento.

Nas cidades de Itapeçerica e Lagoa da Prata não foram identificados *clusters*, mas a autora verificou o potencial da primeira para a criação de um *cluster* turístico-cultural, dada a existência de notável casario, que fez com que a cidade fosse considerada o berço cultural do Centro Oeste Mineiro. Em Lagoa da Prata, por sua vez, a autora concluiu pela possibilidade de criação de um *cluster* de brinquedos, já que a fabricação de brinquedos de pelúcia movimentava boa parte da economia local.

Santo Antônio do Monte sedia um *cluster* de fogos de artifício de grande competitividade e apresenta muitos recursos naturais, mas é a cidade que se mostrou menos competitiva dentre as integrantes do *cluster*. Assim, a autora conclui pela necessidade de promover leis ambientais, infraestrutura básica de turismo, bem como a capacitação de recursos humanos.

2.4.7 Propostas de criação de *clusters* turísticos

Um dos estudos que elaborados com o propósito de defender a ideia de formação de *cluster* turístico como alternativa de desenvolvimento regional é o elaborado por Borelli (2007), que analisa o Polo Caparaó, no Espírito Santo e apresenta o consórcio intermunicipal, criado em 1995, como importante instrumento para promover esse desenvolvimento. A microrregião, composta por 10 municípios, tem sua economia baseada na agropecuária. Os governantes municipais, no entanto, vêm buscando alternativas para o seu desenvolvimento econômico, por intermédio do Consórcio Intermunicipal do Caparaó. Por se tratar de uma região com muitas áreas naturais e patrimônios históricos, rica em folclore e artesanato e detentora de um atrativo bem conhecido em todo o Brasil, o Pico da Bandeira, propuseram-se a desenvolver o turismo na região. Para os dirigentes municipais, o turismo poderia vir a exercer um efeito multiplicador para a microrregião, impulsionando o desenvolvimento econômico por meio da aglomeração de empresas especializadas neste setor, do provimento de infraestrutura urbana pelo governo e infraestrutura turística pelos empresários (hospedagem, restaurantes, centros de lazer etc.), bem como a absorção de mão de obra qualificada e não qualificada da própria região. Como os municípios possuem características semelhantes e potenciais para a exploração de turismo rural e ecoturismo, avalia-se a possibilidade da constituição de um *cluster* turístico na região.

O autor, no entanto, constata que não há sinergia entre os diversos atores sociais da região, não vislumbrando uma formação de estoque de capital social que se consolide em uma comunidade cívica, por meio da qual todos deveriam estar envolvidos diretamente com o desenvolvimento do turismo na microrregião. Assim, sua percepção é de uma comunidade omissa, pouco engajada nessa causa. Isso fica evidenciado com a dificuldade de consolidação dos conselhos municipais de

turismo, que dependem da adesão de alguns poucos cidadãos voluntários e que, por isso mesmo, apresentam dificuldade para se consolidarem. O autor constata, ainda, que o Consórcio Intermunicipal é um organismo fechado e dominado por poucas pessoas, não sendo reconhecido por muitos atores locais como articulador adequado. Outro fator que dificultaria o sucesso da criação do *cluster* turístico seria a falta de qualificação dos ocupantes dos cargos públicos.

3 MÉTODO

Esta seção é dedicada ao esclarecimento acerca dos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. Para tanto, são apresentadas seções específicas referentes a: 1) delineamento da pesquisa; 2) caracterização da unidade-caso; 3) coleta de dados e 4) análise de dados.

3.1 Delineamento da pesquisa

Esta pesquisa pode ser definida como um estudo de caso único, holístico e intrínseco. Trata-se de um estudo de caso único e holístico, pois, embora se referindo aos sete municípios que, até o início desta investigação, integravam o Circuito das Águas Paulista, este estudo considerado esses municípios como todo, pois a natureza global do fenômeno, que é a identidade regional, é que está sendo estudada (YIN, 2010). Os municípios não são definidos como unidades de análise, pois o que se busca é a construção de uma teoria substantiva sobre o Circuito tratado como entidade integrada.

Trata-se também de um caso intrínseco (STAKE, 2000), porque o interesse é o de estudar o caso em si. O que se propõe é a criação de uma teoria substantiva, sem a preocupação de generalização, embora seja esperado que este estudo possa contribuir para a constituição de uma teoria mais ampla acerca da identidade regional em *clusters* turísticos.

O estudo de caso apresenta-se como delineamento adequado para o alcance dos objetivos propostos para esta investigação. Primeiramente porque o que se pretende é estudar um fenômeno contemporâneo em estreita ligação com o seu contexto, que, por se referir a uma região socialmente construída, não é apenas geográfico, mas também social e cultural. O estudo de caso mostra-se também adequado porque interessa preservar o caráter unitário do fenômeno.

Interessa, é claro, descrever o Circuito das Águas segundo suas características ambientais, econômicas e socioculturais, mas o que se busca essencialmente é a compreensão do significado da identidade regional nesse

território. Tanto é que as questões de pesquisa são formuladas principalmente com o auxílio do pronome interrogativo “como”.

3.2 Unidade-caso

A unidade-caso é constituída pelo *cluster* turístico do Circuito das Águas Paulista. Este Circuito, até o início desta pesquisa, era constituído pelos municípios de Águas de Lindóia, Amparo, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro. Em 2013, enquanto a pesquisa estava sendo realizada, o município de Holambra passou a integrar o Circuito, mas não foi considerado nesta investigação.

3.3 Coleta de dados

3.3.1 Protocolo

A coleta de dados foi orientada por um protocolo. Por se tratar de um estudo de caso único, cuja coleta de dados esteve a cargo de um único pesquisador e não envolveu financiamento proporcionado por entidade específica, a investigação foi elaborada de forma bastante simplificada, com a seguinte estrutura:

1.Visão Geral do Projeto: esta seção indica os objetivos da pesquisa, a justificativa de sua realização, bem como a indicação de fontes bibliográficas relevantes. Essas informações são apresentadas na Introdução e na seção correspondente à Revisão da Literatura;

2.Procedimentos de campo: esta seção trata dos procedimentos de coleta de dados. Também informa acerca dos atores selecionados para fornecimento dos dados, cuja relação vem indicada no Apêndice 2.

3.Questões específicas: estas questões são indicadas no Apêndice 3.

4.Previsão de análise de dados: estas informações são proporcionadas nesta seção, sob o título “3.3.3 Análise e interpretação dos dados”.

3.3.2 Técnicas de coleta de dados

Por se tratar de um estudo de caso, os dados foram obtidos mediante múltiplas fontes de evidência. Assim, foram adotadas as seguintes técnicas de coleta de dados: análise de documentos, entrevistas e observação.

Em relação à análise de documentos: foram utilizados documentos de diferentes modalidades: 1) *estudos* e *projetos* elaborados por autoridades governamentais; 2) legislação e atos administrativos regulamentadores de estâncias turísticas; 3) teses e dissertações sobre regionalidade e *clusters* turísticos; 4) relatórios de avaliação de desempenho do Circuito das Águas Paulista; 5) material publicitário elaborado por empresas componentes do Circuito das Águas Paulista e 6) material veiculado pela imprensa sobre o Circuito das Águas Paulista.

Esses documentos foram importantes para a obtenção de dados relativos à caracterização ambiental, econômica, administrativa e sociocultural do *cluster*, bem como para o conhecimento de sua imagem externa, conforme o Apêndice 1.

Em relação às entrevistas: foram realizadas com atores sociais, que, por conta das funções desempenhadas, exercem algum tipo de influência nas ações desenvolvidas no âmbito do Circuito: vereadores, gestores municipais da área de turismo, gestores do Consórcio Intermunicipal, proprietários e dirigentes de empresas do setor industrial, comercial e de serviços sediados em cidades do Circuito, e lideranças da sociedade civil local. Assim, foram concluídas entrevistas com atores sociais do Circuito (apresentadas no Apêndice 2).

Com a finalidade de conferir maior credibilidade aos resultados, foram tomados alguns cuidados relativos aos informantes e ao processo de entrevista: 1) conhecimento prévio dos informantes para garantir sua representatividade; 2) esclarecimento das circunstâncias em que os dados foram obtidos; 3) verificação da qualidade dos dados logo após sua obtenção; 4) definição do caráter preferencial das entrevistas de acordo com o nível de envolvimento dos sujeitos nas ações indicadas.

Em decorrência desses cuidados, algumas entrevistas, embora concluídas, foram descartadas no processo de análise. As entrevistas, orientadas por pautas, mostraram-se adequadas aos propósitos desta pesquisa, já que possibilitaram o estabelecimento de um foco e, ao mesmo tempo, conferiram a liberdade necessária

para que os entrevistados expressassem suas ideias, crenças, valores e sentimentos.

A condução da entrevista foi orientada pelas questões de pesquisa, elaboradas de forma a serem respondidas pelo pesquisador e não propriamente pelo respondente, conforme a recomendação de Yin (2010). Assim, em lugar de um roteiro de entrevista, foram definidas questões específicas referentes às informações consideradas relevantes para a investigação.

Procedeu-se à observação direta no âmbito dos municípios que compõem o Circuito das Águas Paulista. Essas observações referem-se à paisagem e a situações sociais de interesse para a verificação da identidade regional. Interessou observar a paisagem natural, constituída por elementos como vegetação, hidrografia e formações geológicas, uma vez que esses são elementos dos mais fundamentais na definição de lugares turísticos. Também foi importante a observação da paisagem humanizada, constituída por logradouros públicos e edificações. Particular atenção foi conferida aos estabelecimentos turísticos, como lojas, balneários, fontes, clubes, hotéis e pousadas. Foram, ainda, realizadas observações relativas a manifestações humanas que, de alguma forma, expressam dimensões da identidade regional, tais como festividades locais e ações publicitárias.

3.3.3 Análise e interpretação dos dados

O modelo adotado para orientar a análise e a interpretação dos dados foi o da análise temática (GUEST, 2012), que se mostra adequado para proporcionar a construção de teorias substantivas. Seus fundamentos, no entanto, não derivam exclusivamente dos princípios da teoria fundamentada, pois incorpora elementos da fenomenologia. Da teoria fundamentada, o modelo da análise temática incorpora os procedimentos de leitura linha por linha das transcrições e da codificação e identificação de temas, além de comparações e da incorporação dos temas num conjunto coerente para a geração da teoria. Da fenomenologia incorpora a ênfase nas percepções, sentimentos e experiência dos participantes, possibilitando sua manifestação com as próprias palavras, sem as imposições determinadas pelos procedimentos quantitativos.

Os processos analíticos desenvolveram-se ao longo de seis etapas:

1) *Primeira etapa*: familiarização com os dados. Procedeu-se, inicialmente, à leitura e releitura das transcrições das entrevistas, dos relatos de campo e dos documentos relevantes, com o propósito de obter a familiarização com os dados. Especial atenção nesta etapa foi conferida à verificação da ocorrência de padrões, observando as sugestões de Glaser e Strauss de utilização de questões como: “O que está acontecendo?”, “O que significa isto?”, “O que esta pessoa está dizendo aqui?”, “A respeito de que ela está falando?”. O produto final desta etapa foi constituído por notas e memorandos que se mostraram fundamentais para a geração dos códigos iniciais.

2) *Segunda etapa*: geração dos códigos iniciais. Esta etapa foi constituída por uma análise mais aprofundada dos dados obtidos com cada uma das entrevistas. Foram, então, gerados os primeiros códigos, correspondentes a conjuntos de dados com padrões recorrentes. A geração desses códigos iniciais foi importante para a reorganização dos dados ao longo de todo o processo de análise. Embora o produto final dessa etapa tenha sido o de geração dos códigos iniciais, essa ação demandou tempo considerável, pois envolveu a análise de todos os dados, sua redução e a definição de códigos sintéticos, mas suficientes para designar os fatos e fenômenos.

3) *Terceira etapa*: identificação de temas potenciais. Nesta etapa, procedeu-se ao exame, comparação, desmembramento e combinação dos códigos iniciais com o propósito de identificação dos temas potenciais de análise. Esses temas derivaram do nível de padronização verificado nas respostas relacionadas em relação às questões de pesquisa. Ressalte-se que não houve a preocupação de verificar a frequência de ocorrência de cada tema, mas procurou-se garantir que cada tema se mostrasse significativo para favorecer a análise.

4) *Quarta etapa*: revisão e refinamento dos temas. Nesta etapa procedeu-se à revisão dos temas com o propósito de verificar sua adequação aos propósitos de teorização. O que implicou o retorno ao campo, bem como a análise de novos documentos com vistas à obtenção de dados necessários para fornecer respostas apropriadas para as questões de pesquisa.

5) *Quinta etapa*: definição e nomeação dos temas. Nesta etapa, procedeu-se à definição dos temas apropriados para constituírem os grandes blocos de análise. Para tanto, procurou-se definir a essência de cada tema e a verificação do seu relacionamento com os outros temas, com vistas a garantir um conjunto harmônico capaz de suportar a construção de uma teoria substantiva. Também nesta etapa procedeu-se à definição dos sub-temas correspondentes a blocos menores, autônomos, mas vinculados aos temas.

6) *Sexta etapa*: busca de significados. Com a nomeação dos temas e sua subdivisão, passou-se à organização, buscando a identificação de um tema central ao qual, todos os outros estivessem vinculados. Com vistas a conferir significado aos dados, procurou-se, nesta etapa: 1) estabelecer comparações e contrastes entre os dados, 2) identificar relações entre os conceitos, 3) construir cadeias lógicas de evidência e 4) garantir coerência lógica e analítica aos achados. Tarefa importante desenvolvida nesta etapa foi a triangulação dos dados. Embora estes tenham sido obtidos, predominantemente, por meio das entrevistas, tornou-se necessário confrontar esses dados com os obtidos por outras fontes de evidência.

7) *Sétima etapa*: elaboração de uma síntese. O processo de análise concluiu-se com uma síntese integradora dos resultados, vinculando cada um dos temas aos subtemas e ao tema central. O que corresponde à construção da teoria substantiva.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Esta seção é dedicada à análise e discussão dos dados. Os dados obtidos por meio de múltiplas fontes, por serem bastante numerosos, passaram pelo processo de redução e, mediante os procedimentos analíticos indicados na seção anterior, são aqui apresentados, analisados e interpretados, com vistas à elaboração de uma síntese que constituirá a teoria substantiva sobre a identidade regional no Circuito das Águas Paulista.

A identidade regional, conforme a definição proposta por Paasi (1991) envolve tanto a identidade da região quanto a identidade regional de seus atores. A identidade da região, por sua vez, implica tanto sua caracterização empírica quanto a imagem que dela é formada, tanto pelos públicos internos quanto pelos externos. Já a identidade regional (ou consciência regional), considera a identificação dos atores sociais com a região, sua solidariedade com os outros atores, bem como seu empenho com vistas ao desenvolvimento.

Esta seção está organizada em duas partes: a primeira à identidade da região do Circuito das Águas Paulista e a segunda à identidade regional dos atores considerados na investigação.

4.1 Identidade da região do Circuito das Águas Paulista

As seções seguintes são dedicadas à identidade regional do Circuito das Águas Paulista e enfatizam sua caracterização empírica, envolvendo seus aspectos ambientais, econômicos e socioculturais. Assim, procede-se, inicialmente, à apresentação de uma sinopse histórica da região, seguida de sua caracterização ambiental, econômica e sociocultural. Passa-se, por fim, à caracterização do Circuito das Águas Paulista enquanto região de turismo e *cluster* turístico.

4.1.1 Origem do Circuito das Águas Paulista

A história da região do Circuito das Águas Paulista está associada à formação de rotas para os tropeiros que se dirigiam para as regiões de exploração de ouro, em Minas Gerais e Goiás, no século XIX. Amparo, que é o município de

mais antiga constituição da região, tornou-se rota de passagem para diversos caminhos que permeavam o Vale do Rio Camanducaia, nas proximidades das divisas entre os Estados de São Paulo e de Minas Gerais (LIMA, 1998). Graças a esse primeiro ciclo de ocupação, a região experimentou notável crescimento em decorrência do plantio e da comercialização do café em grande escala. Assim, a expansão da atividade na região sudeste do Estado de São Paulo, fez chegar ramais ferroviários e estações até Amparo (1875), Jaguariúna (1893), Monte Alegre (1890), Pedreira (1875), Serra Negra (1892) e Socorro (1909).

Em decorrência do incremento da cultura cafeeira, Amparo – e em menor escala, as outras cidades da região – passou por intenso processo de organização. Constata-se, então, no primeiro quartel do século XX, o desenvolvimento de manufaturas e do comércio, proliferando nos centros locais equipamentos variados, como edifícios comerciais e residenciais, armazéns, redes de energia elétrica, calçamento das ruas, estabelecimentos escolares, hospitais e farmácias (FUINI, 2010).

Em virtude, porém, da crise do café, verificada mais intensamente a partir de 1930, o dinamismo econômico e urbano das cidades da região foi seriamente afetado. Assim, o termalismo, que vinha se consolidando em algumas cidades, é que foi se tornando a atividade mais importante, impulsionando a atividade turística na região.

O reconhecimento da região por suas águas termais, com propriedades minerais, deu-se com a vinda do médico italiano Francisco Tozzi para a região, em 1910, com a finalidade de prestar serviços médicos aos proprietários de fazendas produtoras de café da região. O Doutor Tozzi constatou que as águas de algumas fontes da região tinham propriedades terapêuticas e, assim, decidiu comprar terras na região e iniciou a construção das *Thermas de Lindoia*, em área então pertencente ao município de Serra Negra. As histórias de cura obtidas nesse estabelecimento logo se difundiram por todo o país e iniciou-se, em 1916, o processo de engarrafamento de água mineral na região.

Em 1926, as termas receberam a visita da cientista Madame Marie Curie, detentora do prêmio Nobel de Química, que comprovou as propriedades terapêuticas das águas, contribuindo para a divulgação da região em nível mundial (AGUAS DE LINDOIA, 2012). O termalismo trouxe desenvolvimento para a cidade, fomentando o turismo associado ao tratamento hidroterápico nas estações termais.

Graças a esse movimento de turistas, na década de 1920 foram construídos grandes hotéis com cassinos, como o Glória e o Mantovani. Em 1931 foi inaugurado o primeiro hotel da cidade com característica de balneário, o Rádio Hotel.

A obtenção da classificação como “estância hidromineral” por Águas de Lindóia, em 1936, por Serra Negra, em 1938 e por Socorro, em 1945, fez consolidar o movimento de especialização econômica regional (BORIN, 2003). Ao mesmo tempo, cresceu o fluxo de turistas e visitantes em direção aos hotéis cassino, gerando postos de trabalho nessa atividade.

Mas a precariedade das vias de acesso para a região do Circuito ainda dificultava o desenvolvimento turístico mais amplo. Com a unificação rodoviária e a industrialização do eixo São Paulo-Jundiaí-Campinas, definiram-se mais claramente os centros de polarização econômica da região. O progressivo asfaltamento das vias de acesso às cidades de Serra Negra e Lindóia, a partir da década de 1950 e início de 1960, dotou a região de maior fluidez territorial e fez acelerar o processo de desativação da malha ferroviária regional (FUINI, 2010). Em 1959, foi inaugurado, em Serra Negra, o primeiro balneário dedicado ao tratamento de doenças, usando águas minerais. Esse espaço passou a atrair também turistas internacionais.

Na década de 1960, consolidou-se, também, a atividade de extração e engarrafamento de água mineral, o que se tornou a base econômica do município de Lindóia, emancipado em 1963. Cidades próximas, em virtude das características de seu clima e de suas águas, também perceberam a possibilidade de explorar seus recursos turísticos. Assim, Socorro, em 1978, e Monte Alegre do Sul, em 1964, cidades que obtiveram a certificação como estâncias climáticas, passaram a integrar o Circuito das Águas. Pedreira e Jaguariúna, em 2004, e, bem mais recentemente, Holambra, em Agosto de 2013, também passaram a integrar o Circuito, embora não sendo classificadas como estâncias hidrominerais, apesar de possuírem rios, cachoeiras e fontes de água mineral.

O Circuito das Águas Paulista constitui atualmente uma das mais importantes regiões turísticas do Estado de São Paulo, recebendo anualmente sete milhões de turistas (CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA, 2012). Contando com uma das melhores infraestruturas hoteleiras e de turismo do Estado, oferece opções de lazer cada vez mais diversificadas.

4.1.2 Municípios que compõem o Circuito das Águas Paulista

O Circuito das Águas Paulista localiza-se no interior de São Paulo, na Serra da Mantiqueira e é composto por nove municípios: Amparo, Águas de Lindóia, Holambra, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro. O município de Holambra não foi considerado objeto de investigação por ter sido incluído no Circuito das Águas Paulista em agosto de 2013 (e a pesquisa de campo ocorreu nos demais municípios entre os meses abril a junho de 2013).

Figura 1. Municípios que integram o Circuito das Águas Paulista



Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Amparo

A cidade de Amparo foi fundada por famílias originárias de Bragança Paulista e Atibaia e que se instalaram no local para se dedicarem à agricultura. Em oito de abril de 1829, o bairro da capela de Nossa Senhora do Amparo ganhou a

condição de “Capela Curada”, data que passou a ser considerada a de fundação da cidade.

Em 1839, esse povoado tornou-se freguesia e, em 1865, foi elevado à categoria de cidade, quando o plantio e a comercialização do café em grande escala impulsionaram o desenvolvimento do município, tornando-o um dos mais importantes do interior paulista, ao lado de Santos, Campinas e Sorocaba.

Em 1875, ao ser inaugurada a Companhia Mogiana de Estradas de Ferro, a cidade já se destacava como a maior produtora de café do país. Amparo teve destaque no Estado de São Paulo até a grave crise do café, em 1929, que comprometeu sua economia até o final dos anos 40, quando pequenas indústrias começaram a se instalar na região. No ano de 1945, Amparo se tornou a primeira cidade da região a receber a certificação de estância hidromineral.

Além da atratividade decorrente do poder de suas águas, Amparo apresenta um acervo histórico e cultural que inclui com 26 prédios tombados pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Artístico e Arquitetônico (CONDEPHAAT) e 600 anexos listados, preservando a arquitetura de uma cidade que viveu o apogeu do ciclo do café. O núcleo central da cidade foi tombado pelo CONDEPHAAT, tendo, assim, protegidas as qualidades arquitetônicas da cidade. Sua história está preservada nos casarios do centro, nos edifícios de tradição clássica e nas casas das fazendas da época áurea do café. O turismo rural se destaca pela visita a essas antigas fazendas do município.

Amparo tem uma população de 66.649 habitantes (IBGE, 2012). É uma cidade bastante industrializada e possui filiais produtivas de grandes empresas multinacionais, principalmente da área automotiva, bem como indústrias de transformação. Possui também indústrias de confecções de vestuário, de produtos de limpeza e de alimentos. Amparo é um município com base produtiva diversificada e, atualmente, depende pouco do suporte financeiro advindo do turismo.

Figura 2. Praça Pádua Salles, Amparo

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Serra Negra

A história de Serra Negra tem início no século XVIII, quando alguns colonizadores disputavam a posse de terras da região. Por se tratar de terras montanhosas e de difícil acesso, com vegetação densa e escura, ficou conhecida como Serra Negra. Em princípios do século XIX, foi fundado o povoado de Nossa Senhora do Rosário de Serra Negra, por Lourenço Franco de Oliveira, que, em princípios do século XIX, acompanhado de sua família e escravos, deixou as terras de Bragança, dirigindo-se para Mogi Mirim, onde iniciou o desbravamento dessa região, localizada nas ramificações da Serra da Mantiqueira.

Juntamente com seus vizinhos, decidiu erguer uma capela em um ponto conveniente às fazendas da região, sob a invocação de Nossa Senhora do Rosário. Essa construção, iniciada em 1821, só terminou em 23 de novembro de 1828, quando se tornou capela curada. Em 12 de março de 1841, foi criada a freguesia do município de Mogi Mirim, com o nome de Serra Negra. Passou à categoria de cidade em 24 de março de 1859.

A cultura do café trouxe muitos imigrantes e, conseqüentemente, o desenvolvimento da cidade. Em 1928, Luiz Rielli descobriu águas altamente radioativas de fontes localizadas em sua propriedade. Foram reconhecidas as qualidades de suas fontes de água fria, oligominerais, radioativas, para vários tipos de tratamento. Assim, Luiz Rielli construiu, em 1930, o primeiro pavilhão hidroterápico da cidade. Suas águas passaram a serem exploradas comercialmente em 1932 e, em 12 de dezembro de 1938, a cidade foi elevada à categoria de Estância Hidromineral e Climática.

Transformada em estância hidromineral e climática, o turismo converteu-se em sua principal atividade econômica. Por seu clima de montanha, ameno e oxigenado, suas fontes de águas minerais com poderes terapêuticos e por suas belezas naturais, o município recebeu o nome de Cidade da Saúde.

Serra Negra tem uma população de 26.770 (IBGE, 2012). Além do balneário, conta com muitas fontes espalhadas pela cidade, diversos parques e oferece atrativos rurais e de aventura. Nas propriedades rurais verifica-se, ainda, a produção de café e de outros produtos processados, como queijos, iogurtes, doces, vinhos, cachaça, licores e fubá. O comércio diferenciado de Serra Negra é outro atrativo para os turistas interessados em malhas, couros e artesanatos.

Figura 3. Praça Prefeito João Zelante, Serra Negra



Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Águas de Lindóia

O município de Águas de Lindóia já era conhecido desde o século XVIII, quando era chamado de Águas Quentes e recebia os bandeirantes e tropeiros que buscavam descanso em suas águas, que brotavam a 28°C. Mas foi em 1910 que o médico italiano Dr. Francisco Antonio Tozzi, que vivia em Serra Negra, observou que essas águas tinham poder medicinal, a partir da constatação da cura de um eczema de um padre. Ele, então, adquiriu em leilão, terras que possuíam fontes e iniciou a história da estância hidromineral, com a fundação das *Thermas de Lindoya*.

Em 1938, *Thermas de Lindoya*, que em Tupi deriva de *rindoya*, cujo significado é água insípida e quente, consegue a emancipação político-administrativa de Serra Negra. Tornou-se conhecida como um dos mais importantes centros hidroclimáticos do mundo e as propriedades medicinais de suas águas destacam-se na preservação e recuperação da saúde. Dessa maneira, as fontes e balneários da cidade tornaram-na famosa. Desenvolveu-se, na década de 1920 e 1940, uma rede hoteleira associada ao turismo termal e, atualmente, possui uma grande rede de hotéis para lazer, turismo, eventos e convenções. Inaugurou o balneário municipal em 1959 e, simultaneamente, um novo plano urbanístico foi implantado, resultando em ruas asfaltadas, jardins e praças. As características da arquitetura moderna dessa época podem ser observadas na Praça Adhemar de Barros, projetada por Burle Marx, no próprio Balneário, projeto de Osvaldo Arthur Bratke e nas fachadas de diversos hotéis da cidade.

O turismo é voltado para cura, repouso e lazer. Além do turismo, destaca-se como importantes fontes econômicas da cidade: o engarrafamento de água mineral, a produção de doces de frutas regionais e produtos da fazenda, a confecção de peças de couro e a indústria e comércio de malhas. Algumas malharias possuem unidades comerciais em vários municípios da região e algumas exportam sua produção para os Estados Unidos, enquanto outras vendem para os estados da região Sul do Brasil. Atualmente, o município de Águas de Lindóia possui 17.438 habitantes (IBGE, 2012).

Figura 4. Praça Adhemar de Barros, Águas de Lindóia



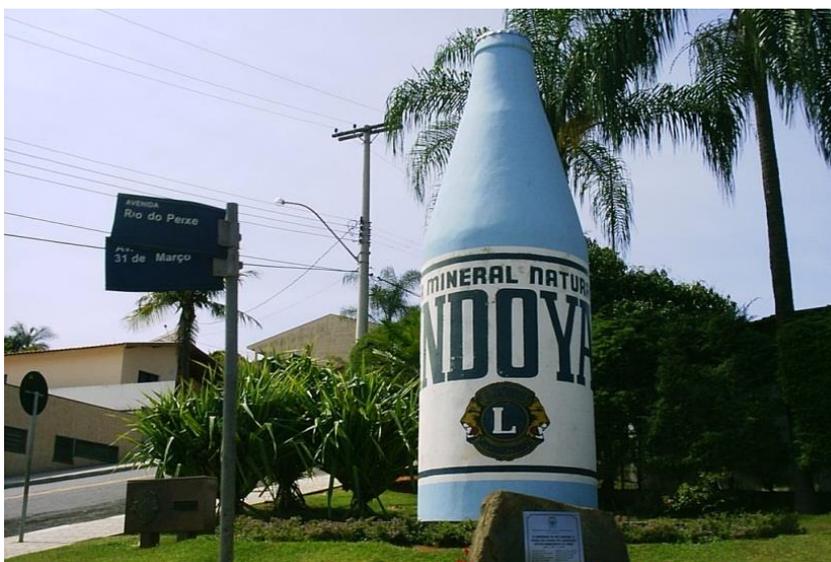
Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Lindóia

A formação de Lindóia vincula-se ao município de Águas de Lindóia, tendo sua origem no antigo povoado de Brotas, que abrigava pousadas destinadas aos bandeirantes e localizadas no caminho do interior. Consta que, em nove de setembro de 1728, Manoel de Castro, considerado seu fundador, recebeu em doação uma sesmaria onde se formou o povoado. Em 10 de março de 1898, foi criada a Paróquia de Nossa Senhora das Brotas, cuja instalação se processou no dia 12 do mesmo mês e ano. Com crescimento bastante lento, tornou-se distrito em 29 de julho de 1899, com o nome de Paz de Lindóia. Em 16 de novembro de 1938, foi criado o município. Foi, no entanto, reconduzido à categoria de distrito, e incorporado ao município de Águas de Lindóia, em 30 de dezembro de 1953. Apenas em 28 de fevereiro de 1964 foi desmembrado de Águas de Lindóia, recebendo autonomia política. Tornou-se estância hidromineral e turística em 29 de maio de 1979.

Lindóia é a capital nacional da Água Mineral, sendo esta a principal atividade da cidade. Concentra a maior quantidade de água mineral radioativa do planeta, possui oito indústrias envasadoras e dez fontes públicas de águas minerais. É a menor cidade da região do Circuito das Águas, com uma população de apenas 6.912 habitantes (IBGE, 2012). A importância da cidade deve-se principalmente ao expressivo volume de água produzida por seu solo, já que representa cerca de 40% do volume total consumido no Brasil (AGUAS DE LINDOIA, 2012). Consta que a água mineral de Lindóia já foi para a Lua, através de aquisição de água pela NASA (AGUAS DE LINDOIA, 2012). Outra curiosidade referente à cidade é a existência de fonte cuja água apresenta coloração natural azulada.

Figura 5. Monumento da Garrafa, Lindóia



Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Jaguariúna

Jaguariúna, que significa “rio da onça preta” em tupi-guarani, foi fundada pelo Coronel Amâncio Bueno, proprietário de terras às margens do Rio Jaguari, no fim do século XIX. Sua família possuía grande extensão de terras, e, percebendo sinais de progresso com a vinda da estrada de ferro, decidiu transformá-las em colônias para abrigar imigrantes europeus. Em 1875, a Companhia Mogiana de Estradas de Ferro foi instalada na então Vila Bueno, com a construção do ramal Campinas - Mogi Mirim, inaugurado pelo Imperador Dom Pedro II (CIRCUITO DAS ÁGUAS

PAULISTA /JAGUARIUNA, 2012). Em virtude da epidemia de febre amarela que assolou a cidade de Campinas, em 1889, muitos de seus moradores mais abastados fugiram e, após desembarcarem na recém-inaugurada estação de Jaguary, fixaram-se em Vila Bueno, instalando aí seus negócios e moradias (SANTOS; NOVAES, 1996). Em agosto de 1896, foi criado o distrito que deu origem ao Distrito de Paz de Jaguary, vinculado ao município de Mogi Mirim. Em 30 de novembro de 1944, passou a se chamar Jaguariúna e, em 30 de dezembro de 1953, adquiriu autonomia político administrativa. Jaguariúna, que conta com 46.533 habitantes (IBGE, 2012), possui um parque industrial que congrega diversos setores da economia como: bebidas, informática, comunicações, medicamentos, cerâmica, metalurgia, autopeças, avicultura, etc. Além das indústrias, outra atividade que teve um grande impulso nos últimos anos foi a de serviços, lazer e turismo histórico e rural. A estrutura hoteleira cresceu em número e qualidade. Restaurantes, condomínios de luxo, chácaras de lazer e grandes eventos passaram a oferecer aos visitantes um grande número de opções categorizadas. Entretanto, mesmo com o desenvolvimento, a cidade ainda preserva um significativo patrimônio histórico-ferroviário, fazendas centenárias, haras e antigos casarões.

Figura 6. Maria Fumaça, Jaguariúna.



Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Monte Alegre do Sul

A formação de Monte Alegre do Sul teve início no ano de 1873, quando diversas famílias vindas de Amparo e Bragança Paulista fixaram-se às margens do Rio Camanducaia.

Essas famílias foram atraídas pela fertilidade das terras e pela qualidade das águas. Considerado fundador do povoado, Teodoro de Assis construiu uma capela em terreno doado por Lourenço de Godói, em torno da qual surgiram suas primeiras casas. Erguida em louvor ao Senhor Bom Jesus, ao nome da capela foi acrescido “Monte Alegre”, para ressaltar a característica geográfica local: uma região montanhosa situada entre as serras de Caraguatá e do Lambedor.

Monte Alegre do Sul tornou-se freguesia do município de Amparo em cinco de março de 1887. Seu maior desenvolvimento deu-se, no entanto, com a implantação da Companhia Mogiana de Estradas de Ferro, que, em 1890, inaugurou uma estação em Monte Alegre – integrante do ramal de Amparo, em direção a Socorro – atraindo novos habitantes e promovendo inúmeros benefícios. Em 30 de novembro de 1944, Bom Jesus de Monte Alegre teve sua denominação alterada para Ibiti e, finalmente, em 24 de dezembro de 1948, quando se tornou município autônomo, para a atual denominação: Monte Alegre do Sul.

Monte Alegre do Sul é uma cidade pequena, tipicamente interiorana. Possui superfície total de 117 Km², sendo 10 Km² de Zona Urbana e 107 Km² de Zona Rural. A maioria das construções do centro da cidade é antiga, preservando o estilo arquitetônico colonial da época do café.

Possui muitas cachoeiras, fontes e trilhas que recortam suas montanhas em várias direções. O cenário pitoresco e bucólico, o balneário, os alambiques, as atividades de aventura e as compras diferenciadas são opções oferecidas em Monte Alegre do Sul, que possui apenas 7.278 habitantes (IBGE, 2012).

Figura 7. Santuário Senhor Bom Jesus, Monte Alegre do Sul



Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

Pedreira

As origens da cidade de Pedreira estão ligadas a fatos curiosos. Em 1887, o Coronel João Pedro de Godoy Moreira era proprietário da “Fazenda Grande”, que pertencia ao Município de Amparo. Nesse mesmo ano, adquiriu um sítio de propriedade de José Pedro Arruda, que se dedicava à cultura do café e que era servido por um ramal ferroviário da então Companhia Mogiana de Estradas de Ferro.

Faziam parte da família do Coronel João Pedro: António Pedro, José Pedro, Luiz Pedro e Bento Pedro. Antigas anotações os indicavam como filhos do Coronel, embora estudos mais recentes os apresentem como seus irmãos (STAFUZZA, 1979). Resolvendo ele lotear parte de suas propriedades, propiciou o surgimento do povoado e o local, em vista dos inúmeros Pedros, passou a ser conhecido como “Terra dos Pedros” e, posteriormente, “Bairro dos Pedros”; depois, por derivativo, “Bairro dos Pedreiras” e, por fim, “Pedreira”.

Após o assentamento desse loteamento, o local passou a mostrar sinais de progresso e de desenvolvimento. Em 1890, passou a Distrito Policial; em 22 de dezembro de 1892, a Distrito de Paz e em 1896, à condição de Município. Em 1914, os irmãos Ângelo e Antônio Rizzi implantaram uma fábrica de louças e transformaram a atividade ceramista na principal base para o desenvolvimento do município. Foi a primeira fábrica de louças e, a partir dessa, inúmeras outras vieram a se fixar, graças à união de pequenos grupos, constituindo-se como principal fonte econômica do município. Os trabalhos nessas indústrias foram formando e aperfeiçoando profissionais que hoje são verdadeiros artistas, dedicados à modelagem e pinturas artísticas das peças de adorno e louças de utilidade doméstica. Hoje, com o avanço da tecnologia, indústrias estão fabricando isoladores elétricos, com os quais abastecem o mercado nacional e internacional. A cidade possui uma população de 42.516 habitantes (IBGE, 2012) e tem como principal atração seu extenso comércio de louças, porcelanas, vidros, artigos em madeira, alumínio, gesso, resina, peças artísticas, utilitárias e de decoração, com lojas especializadas no atendimento ao turista.

Pedreira está situada a 584 metros de altitude e possui uma topografia acidentada, não indicada para a agricultura motorizada, muito embora seu solo seja bastante fértil. Cercada de montanhas, entrecortada pelo Rio Jaguary, Pedreira possui clima seco, ligeiramente úmido no inverno.

Figura 8. Museu de Porcelanas, Pedreira



Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

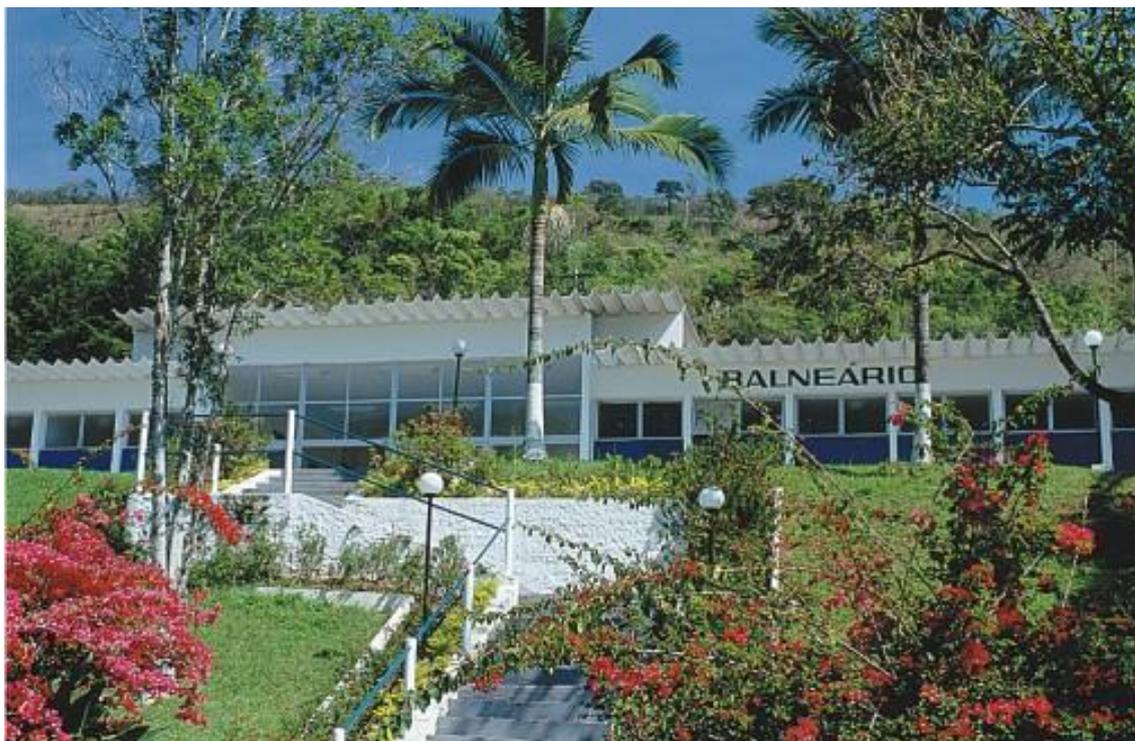
Socorro

A formação do município de Socorro está associada ao movimento das entradas e bandeiras e ao estabelecimento de fazendas de criação de gado, a partir de 1738. Entretanto, o povoado surgiu em 1828, com a fundação, por Roque de Oliveira Dorta e Simão de Toledo Pizza, de um bairro chamado Rio do Peixe, no sertão de Bragança. Pouco tempo depois, ergueu-se uma capela em louvor de Nossa Senhora da Conceição do Socorro e, assim, o núcleo passou a se chamar Nossa Senhora da Conceição do Socorro do Rio do Peixe (CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA/ SOCORRO, 2012).

Em 19 de março de 1829, a capela foi elevada à capela curada. Com o nome simplificado para Nossa Senhora do Socorro, em 28 de fevereiro de 1838, tornou-se a freguesia do município de Bragança Paulista e, em 24 de março de 1871, foi criada a vila, já com o nome de Socorro. A cultura do café promoveu desenvolvimento à vila que, em 17 de março de 1883, recebeu foros de cidade. Socorro tornou-se estância sanitária em 24 de abril de 1945 e estância turística em 17 de novembro de 1978.

O município tem um *slogan*, apresentado no portal de entrada da cidade, a saber: “Lugar onde ainda se vive”. A Estância de Socorro possui um grande potencial para a prática de esportes de aventura e um relevo montanhoso com várias corredeiras. Hoje é considerada uma das principais cidades do Circuito Nacional dos Esportes de Aventura (CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA/ SOCORRO, 2012).

A cidade de Socorro conta com uma população de 37.288 habitantes (IBGE, 2012), e é conhecida como a capital Paulista das malhas, pois é uma das maiores produtoras nacionais de tricô e de malhas, com cerca de 400 malharias e mais de 100 lojas de fábrica, com vendas no atacado e varejo. Também foi inaugurado, em 2001, o Moda *Shopping*, o primeiro *shopping* de malhas do Circuito das Águas Paulista e que, mais recentemente, recebeu o nome de Moda Loja de Fábricas. (ESTÂNCIA DE SOCORRO, 2012).

Figura 9. Balneário, Socorro

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2012)

4.1.3 Atividades econômicas da região

O Circuito das Águas Paulista tem uma base econômica heterogênea, conciliando a exploração do turismo, em variadas modalidades, com a atividade industrial de transformação (bebidas, informática, metalurgia, vestuário e malhas, porcelanas), a exploração mineral (engarrafamento de água), a produção artesanal (cachaça) e a agricultura (café, cana e morango). Algumas cidades da região do Circuito possuem ampla base industrial, outras se destacam com as confecções e vendas de malhas, outras exploram o comércio, o artesanato, a produção de cachaça, a rede hoteleira e o próprio turismo, com seus atrativos, como indica o Quadro 4.1.

Quadro 4.1 Principais atividades econômicas dos municípios que compõem o Circuito das Águas Paulista

Circuito das Águas Paulista	Principais atividades econômicas
Águas de Lindóia	Turismo hoteleiro; indústria e comércio de malhas; engarrafamento de água; artesanato.
Amparo	Indústria de confecções de vestuário, produtos químicos e de alimentos; serviços; agricultura .
Jaguariúna	Indústria de bebidas; Informática; Medicamentos; Metalurgia; Autopeças; serviços; alimentos; turismo rural e histórico.
Lindóia	Extração e comercialização de água mineral; indústria de malhas; Turismo rural
Monte Alegre do Sul	Indústria de Transformação; produção de cachaça; turismo rural; artesanato; agricultura.
Pedreira	Indústria de porcelanas e resinas plásticas; turismo rural; artesanato.
Serra Negra	Comércio de vestuário, malhas e couro; turismo hoteleiro e rural
Socorro	Indústria e comércio de malhas; indústria de bebidas; turismo de lazer; ecoturismo; artesanato.

Fonte: SEADE (2013) e IBGE (2013)

Com vistas a caracterizar o significado econômico dessa diversidade, elaborou-se a Tabela 4.1, que indica a distribuição dos empregos formais nas cidades que compõem o Circuito, nos diferentes setores econômicos, bem como sua renda *per capita* expressa em salários mínimos.

Tabela 4.1 Distribuição do emprego formal e renda per capita dos municípios que integram o Circuito Turístico das Águas Paulista

Circuito das Águas Paulista	Empregos Formais de Serviços (em %) em 2011	Empregos Formais da Indústria (em %) em 2011	Empregos Formais do Comércio (em %) em 2011	Empregos Formais da Construção (em %) em 2011	Empregos Formais da Agricultura (em %) em 2011	Renda per capita (em salários mínimos) - 2011
Águas de Lindóia	61,5	17,4	18,7	1,0	1,4	2,00
Amparo	24,8	50,1	15,3	2,7	7,1	2,70

Continuação da Tabela 4.1 Distribuição do emprego formal e renda per capita dos municípios que integram o Circuito Turístico das Águas Paulista

Circuito das Águas Paulista	Empregos Formais de Serviços (em %) em 2011	Empregos Formais da Indústria (em %) em 2011	Empregos Formais do Comércio (em %) em 2011	Empregos Formais da Construção (em %) em 2011	Empregos Formais da Agricultura (em %) em 2011	Renda per capita (em salários mínimos) - 2011
Jaguariúna	51,0	36,2	9,3	1,8	1,6	4,0
Lindóia	36,3	39,4	15,2	5,2	3,8	2,30
Monte Alegre do Sul	30,5	54,8	7,9	0,9	5,9	2,10
Pedreira	24,0	53,9	21,2	0,2	0,7	2,40
Serra Negra	43,8	17,5	27,8	3,9	7,0	1,90
Socorro	39,2	27,3	25,3	4,2	4,0	2,00

Fonte: SEADE (2013) e IBGE (2013)

Ainda com vistas a auxiliar a compreensão dessas diferenças, elaborou-se a Tabela 4.2, que apresenta a situação de cada município em relação à participação de cada setor econômico no total do valor adicionado, bem como aos dados referentes ao PIB *per capita* de cada município, além de abordar a participação de cada município na composição do PIB do Estado de São Paulo. Vale ressaltar que, todas as informações referentes à economia de cada município foram adquiridas no site do SEADE e do IBGE.

Tabela 4.2 Dados relativos à participação dos municípios do Circuito das Águas Paulista no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de São Paulo

Circuito das Águas Paulista	Participação da Agropecuária no Valor Adicionado (Em %) - Em 2010	Participação da Indústria no Valor Adicionado (Em %) - Em 2010	Participação dos Serviços no Valor Adicionado (Em %) - Em 2010	PIB (Em milhões de reais correntes) - 2010	PIB per Capita (Em reais correntes) - 2010	Participação no PIB do Estado (Em %) - 2010
Águas de Lindóia	1,76	13,26	84,98	197,04	11.418,26	0,02
Amparo	2,50	48,88	48,62	2.023,21	30.756,25	0,16
Jaguariúna	0,52	36,18	63,30	3.066,23	69.431,43	0,25

Continuação da Tabela 4.2 Dados relativos à participação dos municípios do Circuito das Águas Paulista no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de São Paulo

Circuito das Águas Paulista	Participação da Agropecuária no Valor Adicionado (Em %) - Em 2010	Participação da Indústria no Valor Adicionado (Em %) - Em 2010	Participação dos Serviços no Valor Adicionado (Em %) - Em 2010	PIB (Em milhões de reais correntes) - 2010	PIB per Capita (Em reais correntes) - 2010	Participação no PIB do Estado (Em %) - 2010
Lindóia	3,23	30,86	65,91	82,75	12.353,15	0,01
Monte Alegre do Sul	6,01	44,01	49,98	129,29	18.095,65	0,01
Pedreira	0,66	33,42	65,92	694,26	16.728,66	0,06
Serra Negra	4,63	15,98	79,39	361,50	13.711,48	0,03
Socorro	8,61	22,73	68,66	479,33	13.078,24	0,04
São Paulo	0,01	20,36	79,64	443.600,10	39.445,20	35,56

Fonte: SEADE (2013)

Águas de Lindóia possui 909 empresas atuantes com 5.566 pessoas ocupadas e com salário médio mensal de 2,0 salários mínimos. A atividade econômica do município é o turismo no setor hoteleiro. Sua infraestrutura hoteleira a torna versátil para abrigar convenções e exposições de porte nacional e internacional. De todos os empregos formais, 61,5% estão em estabelecimentos hoteleiros e segmentos de restaurantes, lanchonetes, similares e em estabelecimentos de bebidas. Também merece destaque a indústria de engarrafamento de águas minerais, produzindo, dentre outras, as águas Premium a e Acquíssima.

Amparo possui um parque industrial com base produtiva bastante diversificada e uma estrutura de serviços bem desenvolvida, com 2.951 unidades. Aí estão instaladas diversas indústrias de transformação, como: *Química Amparo Ltda.*, *Rousselot Gelatina do Brasil S/A*, *Cifa Textil Ltda.*, *Magneti Marelli Sistemas Automotivos e Minasa Trading International S/A*, *Embramed Produtos Hospitalares*, *Frigorífico Marchiori*, *Frigorífico Mabella*, *Fernandez S/A Indústria de Papel* e *Star Chips Indústria Alimentícia*.

A indústria têxtil também tem presença significativa na cidade. Destacam-se a indústria *Minasa Trading International*, grande fornecedora de fios para a região do Circuito das malhas. Também estão sediadas na cidade diversas empresas fabricantes de tecidos e artigos de malha, que, juntamente com malharias de Águas de Lindóia, Lindóia e Socorro, constituem um potencial aglomerado integrante de um programa de arranjos produtivos locais (APL), como apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) (FUINI, 2010).

O total de pessoas empregadas no município é de 27.039. No entanto, se comparada com as demais cidades do Circuito, Amparo é a segunda cidade em renda individual, composta de 2,70 salários mínimos. O setor industrial é o responsável pelo emprego de mais de 50,1% do total de vínculos criados pelos setores econômicos em Amparo e as indústrias do segmento químico e alimentício são as que mais agregam valor.

Jaguariúna é um município reconhecido pelo seu grande polo industrial, que se destaca no cenário nacional e internacional. Congrega 1.961 unidades de vários segmentos econômicos, tais como: bebidas, celulares, computadores, comunicações, plásticos, medicamentos, cerâmica, metalurgia, autopeças, avicultura, etc., além de explorar o turismo histórico e rural. As principais indústrias são: *Embrapa - Meio Ambiente, Plásticos Jaguar, Fresenius Medical Care, Marfrig/Seara, Stefanini, Nycomed, Delphi, AmBev e Motorola*. A mão de obra ocupada nesse município é de 33.184 pessoas.

Jaguariúna reúne vários setores da economia e tecnologia de ponta, obtendo 36,20% de empregos formais na indústria, 51% em serviços e apenas 9,3% de mão de obra no comércio. Da Região Metropolitana de Campinas, Jaguariúna é o município que possui maior salário médio mensal, sendo 4,0 salários mínimos por pessoa. De acordo com o Sindicato dos Metalúrgicos, o SINDMETAL (2013), o município está entre os três com melhor salário médio de admissão da Região Metropolitana de Campinas (RMC).

Lindóia tem uma economia também baseada no turismo e na extração e comercialização de águas minerais, atividades que respondem por 75,7% dos empregos formais no município. É considerada a maior extratora deste minério, além do engarrafamento das conhecidas águas Lindóia e Bioleve. É responsável pelo engarrafamento de 40% da água mineral distribuída no país. Além da indústria de engarrafamento de água mineral, outra atividade de destaque no município é a

reciclagem de sucatas não metálicas. Essa atividade está diretamente vinculada com os vasilhames de plástico descartados pela indústria de engarrafamento de águas minerais. Lindóia possui também algumas indústrias e comércio de malhas. As poucas lojas existentes localizam-se à beira da rodovia

Lindóia conta com 6.712 habitantes, sendo, portanto, o município menos populoso do Circuito. Seu PIB em 2012 era pouco superior a 82 milhões de reais, ou seja, o que corresponde a 2,69% do PIB de Jaguariúna, o maior da região. O número de empresas atuantes no município é de 233 empresas, com salário médio mensal correspondente a 2,3 salários mínimos mensais e um total de 1.975 pessoas ocupadas.

Em Monte Alegre do Sul, as principais atividades econômicas são as referentes à produção de cachaça, à indústria de transformação, à agricultura e ao turismo rural. O município possui 57 alambiques artesanais que produzem pinga, vinho e licores artesanalmente e são responsáveis por uma produção anual da ordem de 500 mil litros da bebida. Há que se considerar, no entanto, que diversos alambiques trabalham na informalidade.

Monte Alegre do Sul é o segundo menor município do Circuito, com PIB pouco superior a R\$ 129 milhões. Atuam no município 368 empresas, com 2.236 pessoas ocupadas. Sua mão de obra tem uma maior representação nos empregos formais da indústria, já que corresponde a 54,8% de seu total.

O município de Pedreira, assim como Jaguariúna, integra a Região Administrativa de Campinas e é a terceira maior cidade da região do Circuito das Águas Paulista. A atividade predominante no município é a indústria de porcelanas e resinas plásticas, que responde por 53,9% de seus empregos formais. Seu PIB é de quase R\$ 70 milhões e emprega 15.567 pessoas em suas 1.755 empresas. O salário médio mensal é de 2,4 salários mínimos, estando entre as três maiores rendas da região do Circuito.

Pedreira é conhecida como a capital da porcelana e possui diversos estabelecimentos entre fábricas e lojas, que oferecem louças, porcelanas, cerâmicas, objetos em madeira e para decoração. Possui comércio diversificado com mais de 450 lojas especializadas instaladas em pontos de fácil acesso. Pedreira conta também com cerca de 210 indústrias.

Dentre as microempresas, predominam as do setor cerâmico, que produzem utilidades domésticas, adornos e, especialmente, isoladores de baixa e alta tensão,

que são exportados. Existem, ainda, indústrias de gelatina, elástico, aramado, faiança, plástico e fios de algodão. Pedreira dispõe de dois distritos industriais, totalizando uma área de 325.000 m² (CIRCUITO DAS AGUAS PAULISTA/PEDREIRA, 2012).

Serra Negra é a terceira cidade da região do Circuito que mais emprega no setor de serviços, correspondendo a 43,8% do total de empregos formais. Esse índice deve-se principalmente ao emprego no segmento de estabelecimentos hoteleiros e condomínios prediais. Serra Negra possui 70 meios de hospedagem distribuídos entre hotéis no centro urbano e pousadas na zona rural. Destaca-se, também, o comércio varejista, com mais de 300 estabelecimentos comerciais de produtos em lã, malhas, artesanatos, couro, linha, laticínios e artefatos em madeira, palha e bambu. E formais ligados ao comércio somam 27,8%. A atividade de engarrafamento e gaseificação de águas minerais também está presente no município. O município possui 1.592 empresas atuantes em segmentos diversificados, empregando 7.974 pessoas. O PIB de Serra Negra é de R\$ 361 milhões. Serra Negra é a cidade do Circuito que possui menor renda *per capita*, equivalente a 1,90 salários mínimos.

A principal atividade econômica de Socorro está relacionada aos empregos formais de serviços, totalizando 39,2% da mão de obra. Nos empregos formais dos serviços, estão classificados: alojamento, alimentação, artes, cultura, esporte, recreação, entre outros. A cidade possui 32 alojamentos entre hotéis e pousadas e está entre as três cidades do Circuito que mais possuem hotéis. Outra atividade proporcionada pelo município relacionada a serviços é o turismo de lazer e aventura. São diversas opções de esportes, como mais de 20 modalidades de atividades de aventura. A participação dos serviços no total do valor adicionado é de 68,66% do PIB de 479 milhões de reais.

Existem aproximadamente 400 malharias de micro a grandes empresas que vendem seus produtos, tornando-se, assim, uma das principais fontes de renda da cidade. Socorro ainda tem como atividades relevantes a fabricação de cerveja, maltes e chopes, contando com a tradicional cervejaria Krill, o engarrafamento e a gaseificação de águas minerais e a atividade de estabelecimentos hoteleiros. Em Socorro, existem 1.828 empresas atuantes, empregando 9.165 pessoas, sendo o comércio o responsável por 25,3% dessa mão de obra.

Em Socorro, 27,3% do total de empregos formais concentram-se nas indústrias, e a maior concentração industrial está no segmento de fabricação de artigos de vestuário em malha e confecção de peças do vestuário. O município possui três centros de compras: a Feira Permanente de Malhas, o Moda Loja de Fábricas e o tradicional centro de compras, que conta com mais de cem lojas, além da feira de artesanato. As lojas oferecem uma grande variedade de malhas, tricô, artesanato, pinturas em tecidos, bordados, crochê, artesanato em bambu, artesanato em porcelana e esculturas em madeiras. Algumas são conhecidas nacionalmente e já exportam a marca para países como França, Estados Unidos e Japão.

Outra atividade econômica, presente em menor proporção, é a agricultura, que emprega 4% de mão de obra, sendo esta a que tem maior participação em relação aos outros municípios do Circuito, com total de valor adicionado de 8,61% do PIB de 479 milhões de reais.

4.1.4 Infraestrutura turística do Circuito

Para que uma região possa ser considerada turística, precisa dispor de infraestrutura de serviços relacionados à atividade dessa natureza, caso apresente características turísticas, e determinados requisitos como: condições de lazer, recreação, recursos naturais e culturais. A região deve, também, dispor de infraestrutura e serviços relacionados à atividade turística, como alojamento, serviços de alimentação e agências de turismo, para que os turistas possam desfrutar desses atrativos. Assim, foi elaborada a tabela 4.3, que apresenta o número de hotéis e pousadas existentes em cada um dos municípios, bem como a quantidade de leitos, a quantidade de restaurantes e outros serviços de alimentação e também a quantidade de agências organizadoras de viagens.

Tabela 4.3 Infraestrutura turística dos Municípios do Circuito das Águas Paulista

Circuito das Águas Paulista	Hoteis e pousadas/ leitos	Restaurantes e serviços de alimentação	Agências e organizadores de viagem
Águas de Lindóia	30 / 5.500	80	4
Amparo	23 / 1.593	97	7
Jaguariúna	11 / 650	108	3

Continuação da Tabela 4.3 Infraestrutura turística dos Municípios do Circuito das Águas Paulista

Circuito das Águas Paulista	Hoteis e pousadas/ leitos	Restaurantes e serviços de alimentação	Agências e organizadores de viagem
Lindóia	12 / 871	8	1
Monte Alegre do Sul	13 / 615	21	0
Pedreira	5 / 250	128	5
Serra Negra	70 / 7.000	97	3
Socorro	32 / 2.560	73	3
TOTAIS	196 / 19.039	612	26

Fonte: RAIS (2010), Secretarias Municipais de Turismo (2012) e Listel – Listas Telefônica (2013)

Como os dados indicam os municípios de Serra Negra, Águas de Lindóia e Socorro são os que apresentam maior capacidade de hospedagem. Os municípios de Jaguariúna e Pedreira são os que dispõem de menor quantidade de hotéis e de leitos, embora disponham de maior quantidade de restaurantes e serviços de alimentação. No entanto, isso se deve ao fato de serem municípios bem mais populosos que os demais; são superados apenas por Amparo. Em Pedreira, conforme indicação de alguns de seus atores, o turismo é principalmente de passagem, mas, por isso mesmo, os restaurantes e lanchonetes tendem a receber turistas que se deslocam para outros municípios do Circuito. Jaguariúna, por sua vez, tem, como uma das principais atrações turísticas, o passeio pela Maria Fumaça que atrai, principalmente, “os turistas de um dia”, que não necessitam de alojamento. Considere-se, ainda, que Amparo é o município como maior número de agências de turismo. Isto porque, embora não apresentando muitos atrativos turísticos, quando comparado com outros municípios, é o mais populoso da região, dispõe de maior número de estabelecimentos comerciais e industriais e também localiza-se mais próximo dos municípios de Campinas e São Paulo.

4.1.5 Atrativos turísticos do Circuito das Águas Paulista

A identidade de uma região está ligada aos atrativos turísticos que ela oferece. Assim, foram elaborados oito quadros que apresentam os pontos turísticos

dos municípios que compõem o Circuito, com base nas informações proporcionadas pela análise de material publicitário elaborado pelas municipalidades e por organizações que, de alguma forma, contribuem para a promoção do turismo na região.

Quadro 4.2 Pontos turísticos do município de Águas de Lindóia

Águas de Lindóia
Balneário Municipal João de Águia Pupo Circuito das Montanhas Engenho do Barreiro Fontes Igreja Nossa Senhora das Graças Morro do Cruzeiro Morro Pelado Parque Zequinha de Abreu Piscinas do balneário Praça Adhemar de Barros Represa do Cavalinho Branco Sítio Monte Alegre Tecnorama - Parque exploratório

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.3 Pontos turísticos do município de Amparo

Amparo
Biblioteca Pública Municipal "Carlos Ferreira" Parque "Alonso Ferreira de Camargo" - Jardim Público Mercado Municipal Centro Permanente do Artesanato Feira de Artes, Artesanatos e Quitutes Catedral Nossa Senhora do Amparo Igreja de São Benedito Igreja São Sebastião Igreja São João Batista Igreja do Rosário Museu Histórico Pedagógico "Bernardino de Campos" Parque Ecológico, Orquidário "Dr. Paulino Recch" - Observatório Municipal Pinacoteca Municipal "Dr. Constâncio Cintra"

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Note-se que os principais pontos turísticos de Amparo são constituídos por igrejas antigas, entidades voltadas ao artesanato e à cultura popular e outros pontos que apresentam valor histórico. Poucos são os atrativos relacionados às águas da região. Daí porque Amparo é apresentada como a capital cultural da região.

Quadro 4.4 Pontos turísticos do município de Jaguariúna

Jaguariúna
Passeio de maria-fumaça Pesqueiros: Berro d'água, Zambon e Gandolphi Parques e praças: Parque Serra Dourada, Parque Santa Maria, Parque Luiz Barbosa, Parque dos lagos, Praça Menegon e Centro de lazer do trabalhador, Estádio municipal Alfredo Chiavegato. Turismo rural / ecoturismo / turismo pedagógico: Rancho Oásis, Rancho da terra, Rancho LF e Academia Equestre. Feiras e exposições: Fundo social/artesanato, Exposição "Original da terra" e Feira de artesanato – (FEART). Turismo histórico: Centro cultural de Jaguariúna, Ponte Pedro Abruzez 1875, Secretaria de Educação 1875, Matriz Centenária 1896 e Estação de Guedes.

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Jaguariúna também não tem pontos turísticos relacionados às águas. Fica claro que a maioria dos pontos turísticos existe devido ao esforço do Poder Público Municipal para conferir características turísticas à cidade. Há que se considerar, também, que a cidade ostenta várias construções centenárias.

Quadro 4.5 Pontos turísticos do município de Lindóia

Lindóia
Complexo turístico do grande lago Recinto de exposição e lazer "Antonio Toledo" Laguinho Cristo Redentor Garrafa Centro de Memória Grande Lago Lindóia Clube Náutico Ponte de Arco Praça Getúlio Vargas Praça Humberto Amaral Rio do Peixe Obeliscos Igrejas

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Por ser o menor município da região, Lindóia não apresenta pontos turísticos muito dispersos. Os principais atrativos turísticos concentram-se no Complexo Turístico do Vale do Barreiro, que abrange os seguintes pontos: Laguinho, Recinto

de exposições e lazer Antônio Toledo, Grande Lago, Cachoeira do Grande Lago, Clube náutico e Vertedouro.

Quadro 4.6 Pontos turísticos do município de Monte Alegre do Sul

Monte Alegre do Sul
Alambiques Estação experimental Esportes de aventura Cachoeiras Fontes Fazenda Salmo XXIII Piscina pública "Harry Mantovani" Santuário do Senhor Bom Jesus Balneário municipal

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Monte Alegre do Sul, por ser um município pequeno e por não ser estância hidromineral, apresenta poucos pontos turísticos. Os atrativos turísticos ficam por conta, principalmente, da arquitetura colonial e das cachoeiras, fontes e trilhas que recortam suas montanhas.

Quadro 4.7 Pontos turísticos do município de Pedreira

Pedreira
Casa do Padre Alexandrino Estação da Companhia Mogiana de Estrada de Ferro Prédio da prefeitura municipal de Pedreira Complexo turístico do Morro de Cristo Observatório astronômico de Pedreira Praça José Stranieri Praça Santana Museu histórico e da porcelana Casa do fundador da cidade "coronel João Pedro de Godoy Moreira" Igreja Matriz de Santana Turismo de Compras Zôo – Bosque Municipal "Prefeito Adolfo Lenzi" Rio Jaguari Boulevard Rio Jaguari (ciclovía) Praça Ângelo Ferrari Turismo rural e de aventura Associação de agro turismo de Pedreira e região Bairro Entre Montes – Capela Nossa Senhora da Conceição Capela Nossa Senhora da Conceição Pesqueiros: pesqueiro Dalto, pesqueiro Faustini, pesqueiro Paraíso e Zé Oliva.

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Pedreira é, provavelmente, a cidade que apresenta menor quantidade de pontos turísticos relacionado às águas. No entanto, por ser considerada “cidade de passagem”, empenha-se em fornecer atrativos diferenciados aos turistas que buscam as estâncias tradicionais. Assim, Pedreira vem garantindo projeção como importante centro produtor de louça e cerâmica.

Quadro 4.8 Pontos turísticos do município de Serra Negra

Serra Negra
Centro esportivo Cinema Centro de convenções Circuito das Águas Conjunto aquático municipal Disneylândia dos robôs Alto da Serra Parque e represa Dr. Jovino Silveira Estádio municipal "Antônio Barbosa Pinto da Fonseca" Lago dos Macaquinhos Monumento ao Cristo Redentor Teleférico Trenzinhos tia Linda e Maria Fumaça Fontes Ponto de aluguel de cavalos e charretes Recinto municipal de feiras e exposições de Serra Negra

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Serra Negra, em virtude de sua extensão territorial e da tradição turística é, provavelmente, a cidade que dispõe, atualmente, da maior quantidade de pontos de interesse turístico.

Quadro 4.9 Pontos turísticos do município de Socorro

Socorro
Cachoeiras: Monjolinho, Saltinho e Cachoeira dos Sonhos. Balneário Fonte da Pompéia Casa paroquial Casarão do Sr. Alcindo de Oliveira Santos Casarão Boulevard Casarão Calafiori Feira permanente de malhas Moda Loja de fábricas Artesanato Fontes Igreja Nossa Senhora do Perpétuo Socorro Mirante do Cristo Museu Municipal Palacete da Cultura

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Socorro, embora sendo estância hidromineral, apresenta pontos de interesse turístico bastante diferenciados. Tanto que é considerada a Capital Paulista da Malhas e também uma das principais cidades que integram o Circuito Nacional dos Esportes de Aventura.

As festas que ocorrem anualmente nos municípios que compõem o Circuito são apresentadas também como atrativos turísticos, sendo incluídas no material publicitário de cada uma das cidades. A maioria das festividades, como ocorre, provavelmente, na maioria dos municípios brasileiros são de natureza religiosa e correspondem à veneração de santos da Igreja Católica. É possível verificar no Quadro 4.14 que nem todas as festividades sejam muito ortodoxas. É o caso da festividade conhecida como “Fecha corpo”, realizada em Monte Alegre do Sul, na Sexta Feira Santa. Nessa festa, os visitantes recebem, gratuitamente, uma dose do “remédio espiritual”, preparado com cachaça curtida com arruda e que, segundo a tradição, “fecha o corpo” contra mau olhado, inveja e doenças.

Quadro 4.10 Festividades anuais no município de Águas de Lindóia

Mês	Festividade
Janeiro	Festival cultural terra das águas
Fevereiro	Carnaval família das águas
Março	_____
Abril	_____
Mai	Encontro paulista de autos antigos
Junho	Festa italiana da mortadela; Arraia das águas.
Julho	Festival Cultural de Inverno
Agosto	_____
Setembro	Festival do cavalo lusitano
Outubro	Aniversário da cidade
Novembro	Aniversário da Emancipação Político-Administrativa de Águas de Lindóia.
Dezembro	Natal encantado

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.11 Festividades anuais no município de Amparo

Mês	Festividade
Janeiro	Abertura do Verão em Movimento
Fevereiro	Carnaval
Março	Dia Internacional da Mulher
Abril	Aniversário da Cidade; Prova Pedestre de Amparo.
Maio	01 - Festa do Trabalhador; Dia dos Pracinhas.
Junho	_____
Julho	Festival de Inverno
Agosto	_____
Setembro	Festa da Padroeira
Outubro	Amparo na Trilha – Jeep; Dia da Consciência Negra.
Novembro	_____
Dezembro	Festividades de Natal e Ano Novo

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.12 Festividades anuais no município de Jaguariúna

Mês	Festividade
Janeiro	Festa de São Sebastião
Fevereiro	Carnaval "Estação Alegria"
Março	_____
Abril	A Paixão de Cristo, Festa Italiana.
Maio	Rodeio Festival; Festa do Trabalhador.
Junho	Cavalaria Antoniana
Julho	Festival de Inverno, Festa Nordestina, Exposição de Carros Antigos.
Agosto	Festival Gospel; Festa dos Caminhoneiros.
Setembro	Aniversário da Cidade; Procissão dos Ferroviários.
Outubro	Dia das Crianças; Feira do Livro.
Novembro	Semana da Consciência Negra
Dezembro	Estação Natal

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.13 Festividades anuais no município de Lindóia

Mês	Festividade
Janeiro	Encontro de Bandas
Fevereiro	Carnaval
Março	Dia 21 - Aniversário de Emancipação Político/ Administrativa; Carnaleluia
Abril	Encenação da Paixão de Cristo
Maiο	Dia 1º - Carnalindóia
Junho	Festa de São Benedito
Julho	Festival Cultural de Inverno; Lindóia Off Road – Encontro Motos, Jipes e Gaiolas.
Agosto	Rodeio
Setembro	Dia 8 – Festa da Padroeira (Nossa Senhora das Brotas); Lindóia Mototrike - encontro de motos e triciclos.
Outubro	Festival Sertanejo
Novembro	Festa a Fantasia
Dezembro	Natal da Paz - Encontro de Corais

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.14 Festividades anuais no município de Monte Alegre do Sul

Mês	Festividade
Janeiro	_____
Fevereiro	Carnaval - Desfiles de Rua e Decoração especial
Março	_____
Abril	Páscoa; Maratona da Aleluia; Paixão de Cristo; Tradicional Fecha Corpo; Encontro de Carros Antigos.
Maiο	Dia do Trabalhador; Festa em Louvor a Santa Cruz.
Junho	Festival Junino; Festa em Louvor a São Sebastião; Santo Antônio; São João Batista.

Continuação do Quadro 4.14 Festividades anuais no município de Monte Alegre do Sul

Julho	Festival de Inverno
Agosto	Festa do Padroeiro; Aniversário da Cidade; Festa do Morango e da cachaça; Festa em Louvor a São Roque.
Setembro	Desfile 7 Setembro; Passeio Ciclístico; Festa em Louvor a Exaltação da Santa Cruz; Festa a São Miguel Arcanjo.
Outubro	Festa do dia das Crianças; Festa em Louvor a Nossa Senhora do Rosário; Festa em Louvor a São Judas Tadeu.
Novembro	Festival Santa Cecília e Italiano
Dezembro	Natal; Programação especial.

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.15 Festividades anuais no município de Pedreira

Mês	Festividade
Janeiro	Festa folia de reis - irmãos Rodrigues
Fevereiro	Festa do milho; Carnaval.
Março	Encenação da Paixão de Cristo
Abril	Procissão de fogaréu; Via sacra.
Maiο	Festival da mandioca; Festa de Santa Rita.
Junho	Cão-minhada; Motofest
Julho	Cavalaria de Santana; Festa da padroeira Sant'ana.
Agosto	Festival de pipas e papagaio
Setembro	Passeio ecológico; Vidalimentos.
Outubro	Missa e bênção dos animais; Arrastão da limpeza do Rio Jaguari; Desfile cívico; Encontro de fuscas.
Novembro	_____
Dezembro	Natal

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.16 Festividades anuais no município de Serra Negra

Mês	Festividade
Janeiro	Festas de São Benedito; São Sebastião; Nossa Senhora de Lourdes; Festival de Férias de Verão.
Fevereiro	Carnaval
Março	Festa de São José
Abril	Páscoa; Festa de Santo Expedito.
Maiο	Festa Sagrada Família; Nossa Sra. Brotas.
Junho	Festa de Santo Antônio; Festa da Igreja de São João Batista; Arraial da cidade; Feira da pequena indústria.
Julho	Festa Julina; Festival de inverno; Festas de Bom Jesus; Santo Antônio; São Sebastião; Carreata São Cristóvão; Festa Santana.
Agosto	Festa de São Roque
Setembro	Desfile de Cavaleiros; Festa do Peão; Aniversário da Cidade; Festival da Primavera; Festa de São Francisco.
Outubro	Dia da Criança; Festa Italiana; Festas de Nossa Sra. Aparecida e Santa Edwiges.
Novembro	Festa de Nossa Senhora do Rosário
Dezembro	Natal; Reveillon.

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

Quadro 4.17 Festividades anuais no município de Socorro

Mês	Festividade
Janeiro	Festival de Verão
Fevereiro	Carnaval
Março	Dia Intern. da Mulher; Dia Mundial da Água.
Abril	Dia Nac. do Choro; Leilão das Pereiras

Continuação do Quadro 4.17 Festividades anuais no município de Socorro

Mês	Festividade
Maio	Dia do Trabalho; Semana da Fitoterapia; Festa do Asilo; Dia das Mães; Festa da Marechal; Dia do Desafio.
Junho	Semana Mundial Meio Ambiente; Socorro; Expo Fair; Festa São João B. das Lavras Cima.
Julho	Festival Cultural; Festa do Morango; Incontro Dela Nostra Gente (Festa Italiana da APAE); Dia da Família na Escola.
Agosto	Queima de Alho; Rodeio Country; Aniversário da Cidade; Dia da Padroeira Nossa Sra. do Perpétuo Socorro.
Setembro	Festa da Vila São Vicente; Confraria do Narciso; Off Road/ Arrancão; Dia da Árvore; Semana do Turismo; Festa do Centro do Idoso.
Outubro	Marcha para Jesus; Festa da Aparecidinha; Dia da Criança; FATU – Fest. Bras. Filmes Av./Tur.
Novembro	Dia do Rio; Feliso Feira do Livro de Socorro.
Dezembro	Serenata de Natal; Réveillon

Fonte: Circuito das Águas Paulista (2013)

4.1.6 Imagem interna do Circuito das Águas

A identidade da região envolve, além de sua caracterização empírica, a sua imagem, que corresponde à maneira como é percebida tanto por seus habitantes quanto por públicos externos. Considerou-se aqui como importante componente da imagem interna do Circuito as percepções dos atores locais acerca dos turistas.

Uma das percepções mais recorrentes identificadas nas falas dos atores é a do rebaixamento do nível socioeconômico dos turistas:

Quando se fala em turismo, acho que caiu muito. Os turistas que vinham prá cá eram um nível A, hoje os que vêm prá cá são de nível B e C (Giuliana Pellattiero de Godoy, Assessora do Departamento da Cultura de Águas de Lindóia).

Vejo hoje um turista mais tímido em questão financeira (Francisco Santos Júnior, gerente do hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

Antes os turistas que nos visitavam eram da classe A e B, agora houve uma queda e a maioria dos turistas é de classe C e D (José Luiz Gomes Machado, secretário do COMTUR e presidente da ACIA - Associação comercial, industrial e agrícola de Serra Negra).

O meu público é classe média e média baixa (Luís Gonzaga Truzzi, proprietário da Pousada da Fazenda em Monte Alegre do Sul).

Até a década de 70, quando tinha o termalismo, o turista era de uma classe mais alta, tinha dinheiro, agora isso mudou muito (Valéria Tozzi, empresária e comerciante de sabonetes em Águas de Lindóia).

O perfil dos turistas mudou muito, perderam-se turistas para Campos do Jordão. Águas de Lindóia era o local do pessoal de poder aquisitivo altíssimo (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

As falas indicam também alterações significativas em outras características dos turistas. Em virtude da modernização dos hotéis, com a criação de espaços para outras atividades, a região passou a atrair outros públicos. Assim, os atores indicam a presença de turistas que integram públicos com finalidades não curativas e nem de lazer, mas participantes de encontros de empresas, congressos científicos, encontros de pessoas de terceira idade e de encontros de igrejas evangélicas.

Tá crescendo muito na cidade o grupo evangélico para reuniões deles, eles têm encontro anual (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Os turistas que eles têm atraído, nos últimos anos, são grupos religiosos, na maioria, evangélicos (Antônio Geraldo Costa, proprietário de papelaria em Socorro).

Os evangélicos e terceira idade normalmente vêm por causa de congressos que eles mesmos realizam (Frederico Fissore Dahmer, gestor do hotel Recanto das Cachoeiras em Socorro).

Apesar de que evangélicos e terceira idade normalmente vêm por causa de congressos que eles mesmos realizam, Águas de Lindóia é mais tradicional em hospedagem, congressos e treinamentos corporativos (Francisco Santos Junior, gerente do hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

A gente vê pela média de ocupação de nossos hotéis, que está boa devido aos grandes eventos, como os Rotarys que são clube de serviços, os Lyons, as igrejas evangélicas estão vindo muito também, as empresas também para treinamento corporativo (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

Em Águas de Lindóia tem muito hotel e tá virando turismo religioso, também tem o turismo de empresas que vêm fazer treinamento empresarial (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

Tem muitas empresas que fazem conferências, por exemplo, no final do mês tem um congresso que vai vir em torno de 1500 a 2000 pessoas e que é o maior de Brasil, é a Sociedade Brasileira de Química e ficam em diversos hotéis. A cidade comporta esses eventos, por exemplo, tem congressos que movimentam até quatro mil pessoas (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Os atores também percebem mudanças no tempo que os turistas permanecem na região. O que decorreria, em parte, das alterações no nível socioeconômico, já que esses não mais se dirigem para o Circuito como o propósito de “passar as férias”, mas de aí permanecer uns poucos dias:

Antigamente o turista vinha e passava as férias aqui, agora não passa de quatro a cinco dias que o pessoal vem e fica na cidade. Em julho e em Janeiro, temos os encontros das escolinhas de futebol que vêm do Estado de São Paulo, do Paraná e de Minas, de novo, é o esporte fomentando o turismo (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

Antes o turista vinha e ficava cinco dias, agora o que falta? Falta uma união dos hoteleiros, do comércio, da associação comercial (Giuliana Pellattiero de Godoy, Assessora do departamento da Cultura de Águas de Lindóia).

O tempo de permanência aqui é muito pouco, se ficar dois dias tá muito bom. Acho que deveria buscar turistas que fiquem mais dias (Luís Gonzaga Truzzi, proprietário da Pousada da Fazenda em Monte Alegre do Sul).

Eles ficam de três a quatro dias e os turistas de final de semana ficam dois dias, chegam na sexta à noite e ficam até domingo (Poliana, proprietária do hotel Shalom e do hotel Opala em Águas de Lindóia).

O turista fica de dois a três pernoites e não passa disso. Em feriados prolongados, ele vem prá cá. A gente quer aumentar um pouco mais este tempo de permanência (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

4.1.7 Institucionalização do Circuito

A qualidade das águas dos municípios de Serra Negra, Lindoia e Águas de Lindoia, o conseqüente fluxo de atividades turísticas, industriais e comerciais relacionadas a essa qualidade fizeram com que aí se definisse uma região turística. A obtenção da certificação como estâncias climáticas pelos municípios contíguos de Socorro e Monte Alegre do Sul e a ampliação das atividades turísticas nesses municípios fez com que a região se ampliasse. Assim, na década de 1960, já se tornava possível definir o território constituído por esses municípios como uma região turística, em virtude principalmente dos atrativos proporcionados por suas águas.

Cabe considerar que, de acordo com a Lei 2.661, de 3 de dezembro de 1955, é caracterizada como estância termomineral, hidromineral ou simplesmente mineral a localidade assim reconhecida por lei estadual e que disponha de fontes de águas termais ou minerais, naturais, exploradas com a observância dos dispositivos da própria lei e do Decreto-Lei 7.841. Esse decreto estabelece que águas minerais são aquelas provenientes de fontes naturais ou de fontes artificialmente captadas, que possuam composição química ou propriedades físicas ou físico-químicas distintas das águas comuns, com características que lhes confirmam uma ação medicamentosa.

Em face da existência de uma região turística, dirigentes municipais, empresários e lideranças da sociedade civil passaram a atuar no sentido de fortalecê-la. Assim, em observância às recomendações do Governo Federal, expressas no Programa de Regionalização do Turismo, passaram a atuar com o propósito de constituir um organismo capaz de promover a governança regional relativa às atividades turísticas.

O Programa de Regionalização do Turismo, instituído pelo Ministério do Turismo em 2004, é definido como uma proposta de gestão descentralizada do turismo, de forma coordenada e integrada. Tem como base os princípios da flexibilidade, articulação e mobilização. Assim, esse programa propõe a ampliação das ações centradas nas unidades municipais, por meio de uma política pública mobilizadora, capaz de provocar mudanças, sistematizar o planejamento e

coordenar o próprio processo de regionalização, de modo articulado e compartilhado com as esferas local, estadual e nacional.

Conforme as Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização do Turismo (BRASIL, 2007), o processo de regionalização do turismo deve:

- Envolver representantes de todas as instâncias – poder público, empresários, sociedade civil, instituições de ensino e terceiro setor – e abrir espaço para que todos contribuam com as ações do Programa na região;
- Respeitar a diversidade de opiniões na construção do consenso, promovendo discussões conjuntas e negociações entre os participantes;
- Levantar as diferentes visões de um mesmo problema em função de interesses, necessidades, expectativas e temores dos grupos envolvidos;
- Levar em consideração o conhecimento local, as habilidades, as vocações, a cultura local e as experiências, para o seu aproveitamento e inclusão no processo de regionalização;
- Considerar e respeitar as desigualdades e diferenças étnicas, sociais, culturais, históricas, econômicas e ambientais, entre outras, minimizando a interferência negativa ou preconceituosa no processo.

Para a efetivação do processo de regionalização, o Ministério do Turismo recomenda o envolvimento do poder público, empresários, sociedade civil e instituições de ensino dos municípios das regiões turísticas que constituem as Instâncias de Governança Regionais. A justificativa do Ministério é que a criação de estruturas de governança contribuiria para valorizar as estruturas descentralizadas e favoreceria a participação e o engajamento desses atores nos processos de decisão. O Ministério do Turismo também define os principais atores para fazerem parte das Instâncias de Governança Regional:

- Gestores públicos do turismo municipal;
- Representantes de segmentos relacionados direta ou indiretamente à atividade turística, estadual e municipal;
- Representantes das organizações não governamentais;
- Representantes das instituições voltadas ao desenvolvimento regional e à sociedade civil;
- Representantes dos órgãos ambientais, de transporte, de infraestrutura, de saúde e de segurança;

- Representantes do Sistema “S” (SENAC, SENAI, SESI, SEBRAE, SESC, SENAR e SESCOOP).

Uma das formas de Instância de Governança apresentada pelo Programa de Regionalização do Turismo “Roteiros do Brasil”, é o Consórcio que resulta de acordos de ação conjunta entre as entidades da administração pública na busca pela concretização de objetivos comuns.

Os consórcios, que foram regulamentados pela Lei nº 11.107, têm, no caso das regiões turísticas, dentre outras, as seguintes competências:

- Planejar, propor, coordenar, supervisionar e operar ações efetivas relacionadas aos objetivos do Consórcio Intermunicipal;
- Estimular a atividade turística regional, bem como seus produtos e serviços;
- Representar o conjunto dos municípios que o integram perante quaisquer outras entidades públicas, de qualquer esfera de governo, ou privadas, no tratamento de questões relativas ao turismo;
- Divulgar eventos e atividades no âmbito territorial dos municípios que o compõem;
- Qualificar e otimizar os produtos, os serviços e a atividade turística;
- Desenvolver serviços e atividades de interesse dos municípios consorciados, de acordo com programas de trabalho aprovados em Conselho Gestor.

O Governo do Estado de São Paulo decidiu adotar os princípios do Programa de Regionalização do Turismo, decisão que incentivou o desenvolvimento de Circuitos turísticos. Assim, em 2004, foram criados sete Circuitos turísticos e, dentre eles, o Circuito das Águas (BROCCHI; SOLHA, 2008).

Com a criação do Circuito, os atores sociais passaram a atuar em prol da criação do Consórcio Intermunicipal para o Desenvolvimento do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista, cuja oficialização ocorreu em dezembro de 2004.

Esse Consórcio, constituído como associação civil sem fins lucrativos, de acordo com o Artigo 6º, tem por finalidade:

- I. Representar o conjunto dos Municípios que o integram, em assuntos de interesse comum relacionados às suas finalidades, perante quaisquer outras entidades públicas, de qualquer esfera de governo estadual ou federal, ou privadas;

- II. Desenvolver serviços e atividades de interesse dos Municípios consorciados, de acordo com programas de trabalho aprovados em Conselho de Prefeitos;
- III. Planejar, propor, coordenar, supervisionar e operar ações efetivas relacionadas às finalidades do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista, principalmente aquelas desenvolvidas pelos COMTUR;
- IV. Prestar aos Municípios consorciados serviços de organização e divulgação de eventos e atividades do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista, no âmbito territorial dos Municípios que o compõem;

De acordo com o Parágrafo Único do inciso IV, para o cumprimento de suas finalidades, o Consórcio poderá:

- I. Adquirir os bens que entender necessários, os quais integrarão o seu patrimônio;
- II. Firmar convênios, contratos e acordos de qualquer natureza;
- III. Receber auxílios, contribuições e subvenções de outras entidades e órgãos do governo estadual e federal;
- IV. Contrair empréstimos, abrir, fechar e movimentar contas correntes em estabelecimentos bancários, emitir, endossar, aceitar cambiais, notas promissórias, duplicatas, cheques e demais títulos de crédito, renunciar a direitos e transigir, dar cauções, avais e fianças em operações de interesse do Consórcio, observadas as disposições estatutárias aplicáveis;
- V. Prestar a seus associados serviços ao objetivo do Consórcio, fornecendo, inclusive, recursos materiais, mediante remuneração especificamente estipulada.
- VI. Prestar serviços a terceiros, desde que remunerados.

O Consórcio, conforme estabelece o seu artigo Art. 7º, tem a seguinte organização administrativa:

- I - Conselho de Prefeitos;
- II – Uma Diretoria composta por Presidente, Vice Presidente, Tesoureiro, Secretária Executiva, Secretária Executiva Adjunta, Secretária de

Relações Institucionais, Diretoria Administrativa, Diretoria Administrativa Adjunta, Diretoria de Eventos, Diretoria de Marketing e Comercialização, Diretoria Adjunta de Marketing, Diretoria Adjunta de Comercialização;
III - Conselho Fiscal.

O Conselho de Prefeitos é o órgão deliberativo, constituído pelos Prefeitos dos Municípios associados (Art. 8º) e será presidido pelo Prefeito de um dos Municípios associados, eleito em escrutínio secreto para o mandato de dois anos, após a apreciação das contas da gestão anterior, permitida uma reeleição (§ 1º).

O Consórcio, que se mantém financeiramente com repasses mensais ou anuais das prefeituras integrantes, tem uma sede própria, localizada na cidade de Serra Negra, escolhida por estar geograficamente no centro do Circuito, facilitando, dessa forma, o deslocamento dos atores das demais cidades, quando necessário, para reuniões e/ou outros eventos.

4.1.8 Ações desenvolvidas pelo Consórcio

Uma das necessidades reconhecidas como das mais importantes a serem desenvolvidas pelo Consórcio é a de construção de uma imagem não fragmentada das cidades e sim uma imagem de união delas como um Circuito. Assim, a assessoria de imprensa do consórcio, contratada no início de 2005, tem como atribuição principal o fortalecimento da imagem conjunta dessas cidades e, conseqüentemente, dos governantes.

Durante os anos de 2005 e 2006, para fortalecer o turismo no Circuito das Águas Paulista, foram realizadas parcerias entre poder público e a iniciativa privada. Graças a essas parcerias, foram realizadas oficinas sobre nivelamento técnico e de linguagem e planejamento estratégico.

Uma importante iniciativa do Consórcio, e que ocorreu em 2007, foi o projeto “Redescobrimo o Circuito das Águas”, que resultou em ações como oficinas e workshops, que discutiram vários temas relacionados ao turismo, como: Gestão e Liderança, Turismo Receptivo e o Circuito das Águas Paulista como produto. Esses eventos buscaram aumentar o fluxo de visitantes, divulgar a cultura regional e profissionalizar o turismo nas oito cidades.

Em 2008, o Consórcio, em parceria com o SEBRAE, elaborou o *Catálogo turístico*, um informativo destinado a conferir mais visibilidade à região, aumentar a visitação e também o tempo de permanência dos turistas. Esse catálogo traz dados gerais sobre a infraestrutura, a geografia e os atrativos da região, além de trazer dados sobre o detalhamento desses aspectos por cada cidade. Essa publicação apresenta as vocações turísticas e culturais dos municípios integrantes, como: passeios para compras, comemorações festivas e gastronomia. Em sua parte final, o catálogo apresenta uma relação de hotéis, restaurantes e outros serviços especificados por cidade e que servem de apoio aos turistas.

Um item que se evidencia nesse catálogo é a apresentação de roteiros turísticos com duração de oito horas e que podem ser feitos em um só dia. São vinte opções que contemplam uma ou duas cidades por dia, sem repetição de atrações para incentivar o retorno do visitante. Na elaboração dos percursos, levou-se em conta o tempo para compras, as refeições, a locomoção e os passeios.

Em 2012, o Consórcio concluiu que, para melhor definir estratégias a serem adotadas, seria necessária a realização de uma pesquisa para identificar o público-alvo frequentador do Circuito das Águas Paulista, com vistas ao direcionamento das ações de *marketing*. Os principais resultados da pesquisa foram: 92% dos turistas residem no Estado de São Paulo e estão na faixa etária entre 25 a 44 anos, a maioria vem acompanhada pela família. O tempo de permanência é de um a três dias no Circuito. Outro dado relevante a considerar é que 74% já conheciam o Circuito das Águas.

Em Maio de 2013, o Consórcio elaborou a proposta de realizar reuniões itinerantes em todas as cidades do Circuito para que os próprios gestores municipais conhecessem o que as demais cidades possuem de infraestrutura, e, através, de visitas técnicas pudessem ampliar seus saberes e atuar com mais propriedade para o desenvolvimento regional (CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA, 2012).

Em agosto de 2013, o Consórcio, em parceria com a campanha institucional do Circuito das Águas Paulista, recentemente promovida pelo Consórcio, em parceria com o SEBRAE, lançou uma campanha institucional com o tema “Um destino apaixonante”. De acordo com informações fornecidas pelo gestor do Consórcio, Sr. Edson Rodrigo de Oliveira Cunha, gestor do Consórcio Intermunicipal de Turismo do Circuito Paulista das Águas, estão em andamento alguns projetos visando o desenvolvimento do Circuito, tais como:

- Elaboração de um Plano Diretor Regional de Desenvolvimento do Turismo;
- Criação da linha de Ônibus Turístico Janelão, que deverá percorrer as oito cidades do Circuito;
- Continuidade do projeto da extensão da linha ferroviária Jaguariúna/Amparo;
- Elaboração do Gibi Institucional de Turismo, com o propósito de conscientizar as crianças e adolescentes do Circuito;
- Cadastramento oficial de alguns municípios do Circuito das Águas Paulista como centro de treinamento para os Jogos Olímpicos de 2016;
- Desenvolvimento de Projetos para melhoria na sinalização turística municipal, envolvendo sua padronização e utilização de duas línguas;
- Implantação de Curso de Capacitação para Gestores Municipais, envolvendo conteúdos referentes à elaboração de projetos e captação de recursos e patrocínio;
- Implantação do Projeto PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego do MTUR para as cidades do Circuito das Águas Paulista, oferecendo diversas capacitações por meio do sistema “s”, em diversos segmentos voltados ao turismo;
- Programa de capacitação em língua inglesa para guias e funcionários de agências de turismo, com vistas à Copa do Mundo de 2014.

4.2 Identidade regional

A caracterização da identidade regional – ou consciência regional – constitui uma dos aspectos fundamentais para a elaboração de uma teoria substantiva acerca do Circuito das Águas Paulista. Para Paasi (2002), a identidade regional é um dos mais importantes componentes da territorialidade, em diferentes contextos, e um elemento significativo na construção de regiões como espaços sociopolíticos significativos. É algo que se evidencia no último estágio de desenvolvimento de uma região, quando esta se define como parte de um sistema de regiões, com papel administrativo definido. Trata-se, portanto, de elemento fundamental na configuração de *clusters* turísticos.

Para que exista identidade regional é preciso que os atores regionais reconheçam o Circuito como uma unidade e que se identifiquem com ele, que se sintam satisfeitos em pertencer a ele, que se mostrem solidários com os outros atores e que se mostrem dispostos a atuar em prol de seu desenvolvimento.

Essa identidade é estabelecida com base nas manifestações de seus atores. Envolve, portanto, suas percepções, a formação de símbolos, as expectativas, disposições e ações. Assim, com base na análise das entrevistas realizadas com quarenta e quatro atores do Circuito das Águas Paulista, foram identificados setecentos e quarenta códigos. Desses códigos, emergiram 17 temas. Desses temas, 12 se referem à identidade regional dos atores, que são analisados e discutidos segundo três grandes categorias: 1) Como os atores percebem o Circuito? 2) Como os atores se sentem no Circuito? 3) O que os atores fazem em prol do Circuito? Outros temas foram organizados na categoria Representação do *Cluster* Turístico do Circuito das Águas Paulista e são analisados e discutidos na Seção 4.3, são eles: Reconhecendo a unidade do Circuito, Reconhecendo a cooperação e as parcerias entre os atores sociais, Reconhecendo a profissionalização dos gestores do setor de turismo e da importância do Consórcio, Reconhecendo a atuação do Poder Público, Reconhecendo a insuficiente informação dos moradores acerca do Circuito, Reconhecendo a insuficiente qualificação da mão de obra local e Reconhecendo problemas relativos à infraestrutura de informações turísticas.

4.2.1 Como os atores percebem o Circuito

Como os atores percebem o Circuito é a primeira grande categoria que emerge da categorização dos dados. Corresponde à imagem que estes formam do Circuito. Mais especificamente, como veem sua paisagem, seus habitantes, seus recursos econômicos, suas vantagens competitivas, suas perspectivas etc. Ou, em outras palavras, como representam a realidade em que atuam. Essa categoria emergente corresponde ao que Keating (1998) define como dimensão cognitiva da identidade regional, que é importante, pois a identificação com uma localidade ou região implica primeiramente no seu reconhecimento, sobretudo em relação aos marcos distintivos e aos limites geográficos.

Os aspectos que mais se evidenciam nessa construção da imagem interna da região são: a qualidade das águas da região, a qualidade de vida proporcionada aos seus habitantes e visitantes, a tranquilidade e segurança também proporcionada aos seus habitantes e visitantes, seu caráter interiorano e a preservação de sua natureza.

A qualidade das águas do Circuito

Como a água é o epônimo da região, a qualidade das águas constitui naturalmente um dos aspectos mais salientes da imagem formada por seus atores. A água é reconhecida como sendo de notável qualidade, dotada de poderes curativos e, até mesmo, como a melhor do Brasil. É reconhecida como o grande diferencial da região, como o elemento que determinou sua existência, como o que a região tem de mais valioso do ponto de vista econômico: suas fontes, seus balneários e seus hotéis. É, indubitavelmente, o patrimônio simbólico mais valioso do Circuito.

As referências à qualidade das águas estão por toda parte. Na publicidade oficial do Circuito veiculada por meio de cartazes afixados em logradouros, nas chamadas dos boletins do Consórcio Intermunicipal e em suas páginas nas redes sociais; o fato mais lembrado é que a região produz mais de metade da água mineral produzida no Brasil.

Os depoimentos dos atores e dos habitantes da região celebram amiúde essa notável qualidade da região. Como se constata nas falas de um proprietário de agência de turismo, de um proprietário de uma pousada, da neta do fundador de Águas de Lindóia e da diretora de turismo de Lindóia.

O nome “Circuito das Águas Paulista” talvez seja oriundo de abundância de águas minerais, porque nós estamos localizados nas franjas da Serra da Mantiqueira, por conta disso a água é de boa qualidade e, talvez por essa situação, tenha levado esse nome (Silvio, proprietário de agência de turismo em Pedreira).

O Circuito tem diversas características, como o próprio nome já diz. Possui águas minerais de excelente qualidade e belezas naturais presentes nas montanhas (Caio Mariano de Moraes, proprietário da pousada Fazenda Morro Pelado em Águas de Lindóia).

São muitas as pessoas que voltam aqui e contam que foram curadas pelas águas daqui (Miriam Tozzi, neta do fundador da cidade de Águas de Lindóia).

O Circuito é o segundo maior do Brasil, perdendo apenas para o Circuito das Serras Gaúchas e fato, que a meu ver, é o principal é que 40% da água consumida no Brasil saem da nossa região, somos os maiores produtores de água da América latina (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

A própria imagem que os atores formam dos turistas está diretamente relacionada à qualidade das águas. Isso porque reconhecem que o principal fator a impulsionar o turismo é a busca de águas de boa qualidade. Como indicam, dentre muitos outros, os depoimentos de uma proprietária de hotel, de um assessor de turismo e de um vereador:

O pessoal da terceira idade vem em busca também da água. Agora eles estão começando novamente a divulgar, porque a gente tem uma água para tratamento maravilhoso, tratamento medicinal, então eles vêm em busca de algum tratamento da água, para pele é muito boa, para pedra nos rins e isso já está comprovado (Poliana, Gestora do hotel Shalom e do hotel Opala em Águas de Lindóia).

Os turistas que vêm para cá são muitas famílias, casais, recém-casados, terceira idade, também vêm muito aqui por causa do descanso e do balneário (Eduardo Perini, assessor de turismo de Águas de Lindóia).

Muitos turistas vêm por causa da qualidade de nossas águas. Acho que o que caracteriza o Circuito são as propriedades de suas águas (Bruno Tardelli, microempresário vereador de Lindóia).

Como os atores e os moradores do Circuito valorizam ao extremo suas águas, atribuindo-lhe características próximas do miraculoso, não hesitam em afirmar que amostras dessas águas já foram levadas até mesmo para a lua:

Sem contar que a única água a ir para o espaço foi a água Lindóia da cidade de Lindóia, onde a NASA fez uma análise e levou para lá, talvez por ser menos alcalina, foi a única água que a NASA escolheu no mundo inteiro que seria mais apropriada para os astronautas levarem e tomarem lá na lua (Silvio, proprietário de agência de turismo em Pedreira).

Aí no lançamento do foguete em 1969, a NASA na missão Apolo 11, eles pediram nossa água por causa da fácil digestão, é diurética e

sem sabor e por causa da radioatividade. A gente fala aqui que a nossa água foi para a lua (Miriam Tozzi, neta do fundador da cidade de Águas de Lindóia).

Os motivos que levam moradores da região a fazer afirmações desse tipo podem ser encontrados no Balneário Municipal de Águas de Lindóia. Lá, é exibida uma nota fiscal, emitida em 2 de abril de 1969, três meses e meio antes de o homem chegar à lua pela primeira vez, a bordo da Apollo 11. Segundo esse documento, foram embarcadas para Cabo Kennedy, a pedido da NASA, 100 dúzias de garrafas com 500 ml contendo água mineral de Águas de Lindóia. Claro que esse documento nada afirma acerca do destino da água, mas contribui para que as pessoas se ufanem da cidade.

Embora, nesta pesquisa, o interesse tenha sido investigar os fenômenos sob a perspectiva dos atores regionais, cabe considerar que, muitas das águas da região recebem a classificação de oligominerais e, por possuírem doses pequenas e equilibradas de microminerais, como lítio, selênio e zinco, são leves, de baixa acidez e facilmente absorvidas pelo organismo. São, pois, adequadas para consumo diário, com fins diuréticos e indicadas para todas as pessoas, inclusive gestantes e bebês. Não apenas para ingestão, mas também para uso sobre o corpo; o que é disponibilizado pelos balneários que aí existem.

Tão forte é o sentimento de valorização das águas do Circuito que é frequente classificá-las na categoria das “melhores do mundo”:

Águas de Lindóia cresceu em volta do Balneário. A água de Águas de Lindóia é conhecida como uma das melhores do mundo (Giuliana Pellattiero, assessora do departamento de cultura de Águas de Lindóia).

Monte Alegre tem muitas fontes de água natural que têm características medicinais, próprias e dizem que é a melhor (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

Nossa água aqui vem de uma profundidade muito grande, a principal delas, que é a radioativa, sai quente daqui (Miriam Tozzi, neta do fundador de Águas de Lindóia).

São muitas as pessoas que voltam aqui e contam que foram curadas pelas águas daqui (Valéria Tozzi, empresária e comerciante de sabonetes em Águas de Lindóia).

A paisagem e o clima

As águas não se associam intimamente à paisagem e ao clima. Assim, os atores, em suas falas, recorrem constantemente à beleza das paisagens e à qualidade do clima da região. Ressaltam que o clima do Circuito é privilegiado, devido à sua localização. De fato, o clima da região é reconhecido como bastante saudável. Tanto que cidades próximas, como Atibaia, Bragança Paulista e Morungaba são classificadas como estâncias climáticas pelo Governo do Estado de São Paulo.

Estamos numa região privilegiadíssima, porque a natureza está detonada por aí afora. Sou muito ligado à natureza, moro no mato, aqui no parque mesmo. Eu saí de um grande centro e quis virar a mesa mesmo. E hoje morar no meio do mato é tão confortável, eu acordo com a passarinhada cantando, vou dormir com as garças passando por aqui (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

O Circuito tem um ótimo clima, água e montanhas. Passa uma imagem de cidade pacata, sossegada e é boa para se viver (Flávia Balderi, gestora da Associação Copaíba em Socorro).

A gente propõe este diferencial, uma pegada climática interessante, de preservação de fauna e flora, qualidade de água e ainda a tranquilidade da cidade de interior (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

Os atores sociais percebem as qualidades da paisagem e do clima da região como fator determinante na formação da imagem externa do Circuito e, conseqüentemente, como fator de atração de turistas.

A calma e a tranquilidade da cidade e a beleza, o verde as montanhas, isso tudo chama a atenção deles (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

As águas e as montanhas, o verde atraem os turistas (Paulo Tostes, gerente Administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

O Circuito é uma região repleta de história, natureza e aventura, que propicia o bem-estar do turista (Bruno Tardelli, microempresário e vereador municipal).

A qualidade de vida local

A qualidade de vida na região do Circuito das Águas também é elemento de destaque na fala dos atores. Percebe-se esse fator como muito importante na percepção das vantagens proporcionadas pela região. É algo que se evidencia, principalmente, quando as manifestações são de atores que já moraram ou trabalharam fora do Circuito das Águas.

Na região do Circuito temos qualidade de vida, saúde e economia de combustível (João Gabriel, biólogo e Educador Ambiental em Socorro).

Qualidade de vida nas cidades pequenas você encontra (Luís Gonzaga Truzzi, proprietário da Pousada da Fazenda em Monte Alegre do Sul).

Lindóia é uma cidade que tem qualidade de vida e é um lugar lindo (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

A cidade oferece uma qualidade de vida muito boa, as características das regiões são bastante específicas, mas o grande chamariz ainda é a questão da paisagem e do clima (Ricardo Moncorvo, engenheiro agrônomo em Amparo).

A qualidade de vida por aqui é muito boa, principalmente nos dias de hoje aqui, e este é um dos motivos de eu morar aqui (Francisco Santos Júnior, gerente de hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

A tranquilidade e a segurança

Os atores percebem e valorizam os aspectos naturais e a qualidade de vida proporcionada pelo Circuito, mas suas falas ressaltam, também, a tranquilidade e a segurança que a região oferece. Trata-se de uma convicção que os auxilia na expressão de uma das principais vantagens competitivas do Circuito. De fato, o reconhecimento dessa importante qualidade do Circuito faz com que turistas de grandes centros urbanos próximos, como a Capital do Estado, procurem o Circuito com o intuito de fugir da “correria do cotidiano” e do estresse que caracteriza a vida nas grandes cidades.

A galinha dos ovos de ouro nosso é a tranquilidade, o sossego e a segurança (Luís Gonzaga Truzzi, proprietário da Pousada da Fazenda em Monte Alegre do Sul).

A tranquilidade da cidade, o clima, a água, esse conjunto de coisas que a gente não vai achar fácil em outro lugar (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

A gente consegue enxergar muita tranquilidade, muita paz, então é uma região que é muito valorizada, e é até gostoso quando a gente recebe os turistas, que eles verbalizam isso, faz a gente lembrar que a gente tá num lugar abençoado por Deus (Elizandra Bueno de Godoy, gestora da Associação Comercial e Empresarial de Socorro).

Acho que a principal imagem que os turistas têm de nossa região é que é um lugar tranquilo para descanso, ideal para se refazer do desgaste e estresse da cidade grande (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Os atores afirmam que a região é muito valorizada pelos turistas devido, não apenas, à tranquilidade, mas também à segurança existente no Circuito. São recorrentes as referências aos baixos índices de criminalidade na região:

O ponto forte aqui é que praticamente não tem assalto, a qualidade de vida é muito boa, a violência é baixíssima (Frederico Fissore Dahmer, gestor do hotel Recanto das Cachoeiras em Socorro).

Moro em Amparo há 28 anos e gosto muito. Aqui tem tranquilidade, qualidade de vida e segurança. Faço parte do sistema de segurança pública. A região é uma das mais seguras do Estado (Oswaldo Neto, policial em Amparo).

Essa região aqui tem bastante segurança, ela tá se desenvolvendo muito (Leonardo Henrique Cirino, assessor de gabinete em Pedreira).

Caráter interiorano

A maioria dos municípios que compõem o Circuito das Águas Paulistas apresenta elevado grau de urbanização. Mas, mesmo assim, ainda podem ser reconhecidos como locais caracterizados por uma paisagem e por modos de vida interioranos. De fato, os cenários naturais, constituídos por montanhas, cursos de água, fontes e horizontes ainda visíveis conferem esse caráter a todas as cidades do Circuito. Assim, os atores regionais tendem a ressaltar essas características em suas falas. Mesmo os que atuam na cidade de Amparo, que é bastante populosa, e

que possui muitas indústrias e não conta com um balneário, não hesitam em considerá-la uma cidade do interior. Nesta cidade, especialmente, a Prefeitura Municipal e as agências turísticas, enfatizam seus atrativos históricos, principalmente os que indicam a antiguidade de suas construções urbanas.

Esse reconhecimento do caráter interiorano das cidades de região também contribui para a argumentação em favor de uma vantagem competitiva da região, que é o seu poder de atração de turistas dos grandes centros urbanos por locais em que se possa experimentar algum tipo de bucolismo.

Conheço todas as cidades do Circuito, o que me identifica muito com a cidade é a própria característica natural dela mesmo, é uma região montanhosa, um clima bacana que tem bastante atrativo paisagístico, isso em toda a região e contempla ainda a característica de cidade do interior (Flávia Balderi, gestora da Associação Copaíba em Socorro).

Morar aqui é muito bom, porque é um lugar tranquilo, bem interior mesmo, todo mundo é amigo de todo mundo (Jéssyka Oliveira, gestora do Parque dos Macaquinhos em Serra Negra).

Os turistas veem aqui como uma região tranquila, bem interior mesmo. Cada cidade tem sua diferença, cada uma tem uma característica, acho que eles gostam daqui por isso (Maria Clara Alves, secretaria de Turismo de Pedreira).

Embora Amparo e Jaguariúna sejam cidades com a maioria de seus habitantes localizados no perímetro urbano e com vida econômica caracterizada principalmente por atividades ligadas à indústria, apresentam, ainda, características interioranas. Talvez essas características não sejam reais do ponto de vista da configuração física, uma vez que são cidades com elevado nível de urbanização. Mas a realidade construída por seus atores e moradores ainda permite uma associação com a maneira de se viver em cidades interioranas. O que significa dizer que uma certa cultura caipira ainda impregna os habitantes desses centros que já deixaram de ser “cidades do Interior”. Cabe ressaltar que os atores de Jaguariúna – cidade que não é estância hidromineral e experimentou um crescimento recente, colocaram-na no patamar de cidade com alto nível de industrialização – consideram-na tipicamente interiorana; o que é ressaltado nas campanhas publicitárias que apresentam como principal atração turística o passeio de Maria Fumaça.

O Circuito tem um ótimo clima, água e montanhas, passa uma imagem de cidade pacata, sossegada e é boa pra se viver (Ângelo Gabriel, proprietário de fábrica de móveis em Amparo).

A cidade tem uma cara de interior, tem uma vida tranquila, a gente tem essa vida muito tranquila aqui, porém, estamos perto do grande centro que é Campinas. Jaguariúna não perdeu ainda essa característica de interior e todo mundo se conhece (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

A região tem hábitos de cidade grande, mas é do interior. O Circuito é acolhedor e agradável (Paulo Tostes, gerente Administrativo da Associação comercial de Pedreira).

Embora sejam cidades interioranas, a proximidade com a região metropolitana de Campinas, com a cidade de São Paulo e o município de Jundiá também é apontada pelos atores como um diferencial que beneficia moradores da região e turistas. Os atores percebem o Circuito como um “oásis interiorano”, cercado por grandes conglomerados metropolitanos. A vida nessas cidades estaria, então, em desacordo com o célebre provérbio alemão cunhado na Idade Média: “o ar da cidade liberta”. As cidades do Circuito seriam, portanto, lugares para onde os habitantes de grandes cidades podem, sem maiores dificuldades, deslocar-se para “respirar o ar puro do interior”. O que pode significar:

Eu adoro o interior e aqui, principalmente, por estarmos próximos a grandes centros como Campinas, São Paulo, Jundiá. Vejo aí o motivo por ter me apaixonado pelo interior, interior com facilidades (João Gabriel Giacometti, biólogo e educador ambiental em Socorro).

É uma cidade maravilhosa e muito próxima de Campinas e de São Paulo (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

O Circuito é uma região repleta de história, natureza e aventura, que propicia o bem-estar do turista, estando próximo dos principais grandes centros do Estado de São Paulo (Bruno Tardelli, microempresário vereador de Lindóia).

A gente tem tudo perto, uma região privilegiada, que é uma cidadezinha do interior, tem um clima bacana, muito bom, você mora do lado de tudo, de São Paulo, Campinas, Bragança que são cidades grandes (Maria Clara Alves, secretária de Turismo de Pedreira).

Os atores também reconhecem o potencial de diversificação de atrativos do Circuito. Como o Circuito está situado próximo dos grandes centros e seus

municípios são contíguos, com múltiplas vias de acesso, fica evidente a descoberta pelos turistas de um amplo leque de opções de lazer e passeios. Ressalta-se o caso dos motoqueiros que vêm de vários lugares para realizar passeios na região devido às curvas perigosas que existem na chegada da cidade de Serra Negra, ao clima com ar puro e ao verde das montanhas.

Aos fins de semana, por exemplo, a cidade lota de motoqueiros, eles dizem que o melhor trecho para andar de moto é Serra Negra/Lindóia, então o comércio mesmo pequeno é movimentado, principalmente na parte de alimentação e bebida (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

Outra característica importante percebida pelos atores, e que denota o caráter interiorano da região, é a hospitalidade de sua população. A hospitalidade é reconhecida como importante, pois não se refere apenas à atenção que é dedicada aos turistas, mas corresponde a uma disposição mais arraigada dos moradores do local com todos aqueles que para aí se dirigem. Como uma disposição que todos deveriam ter. Talvez até mesmo em decorrência da exortação bíblica: "E não vos esqueçais da hospitalidade, porque por esta alguns, sem o saberem, hospedaram anjos" (HEBREUS, 13-2).

O afeto e o acolhimento que a cidade tem, acho que é um pouco diferente das outras cidades. O pessoal aqui é "super" acolhedor (Leonardo Henrique Cirino, assessor de gabinete em Pedreira).

O interior se caracteriza pela boa receptividade (Deise Formagio Cavazan, administradora de turismo de Socorro).

Eu gosto dessa região, aqui é aconchegante e o povo é simpático (Maria Clara Alves, secretária de turismo de Pedreira).

O povo aqui recebe bem as pessoas, é um povo bem acolhedor, pelo menos eu tive isso aqui, tratam bem (Eliana dos Reis Medeiros, proprietária de fábrica e lojas de roupas em Socorro).

Interessante é que a hospitalidade tende a ser associada com algo que "já não existe mais" ou que vem se extinguindo. É, no entanto, um item que vem se tornando cada vez mais importante nas atividades turísticas, pois, antes de estar ultrapassada, a hospitalidade parece resgatar valores adormecidos que explicam a expansão de programas de solidariedade e que envolvem "receber o outro"

(gastronomia, enologia, etiqueta) e seções várias em veículos de comunicação de massa (WADA, 2005).

4.2.2 Como os atores se sentem no Circuito das Águas

Como os atores se sentem no Circuito das Águas é a segunda grande categoria que emerge dos dados obtidos. Relaciona-se intimamente com a dimensão afetiva da identidade regional (KEATING, 1998), que decorre das necessidades emocionais dos atores. Esta dimensão se expressa na fala dos atores que indicam a satisfação em morar ou trabalhar nos municípios que compõem o Circuito, na vontade em permanecer na região, no desejo de que o Circuito continue existindo e, principalmente, na sensação de pertencer a ele.

As falas mais expressivas correspondentes a esta dimensão são aquelas que indicam satisfação decorrente de algo que a região oferece e que outras não oferecem; ao menos não com a mesma intensidade. Indicam uma verdadeira sensação de enraizamento, uma vez que procuram explicar porque os atores se sentem presos à região. Ao tentar explicar essas razões, apelam para a excelência da paisagem natural, mas também para os componentes do ambiente que foram construídos pelas relações entre as pessoas que moram ou atuam na região.

Essa dimensão afetiva transcende o tempo atual e se reporta a experiências do passado que permanecem na memória dos atores e se expressam presentemente indicando sua identificação com o local em que moram ou atuam. É graças a essa dimensão que os atores podem manifestar apreço pela região, um sentimento de “regionalismo”. Sentimento reconhecido pela teoria da identidade social (TAJFEL, 1981), mas que também se evidencia nas construções poéticas que enaltecem o patriotismo. Sim, pois o sentimento de amor à pátria é de alguma forma semelhante ao amor que se devota à região. Considere-a propósito o que escreveu Olavo Bilac (1996, p. 691) acerca do patriotismo:

O verdadeiro patriotismo não é o amor dos negócios rendosos que no seio da pátria podem dar a riqueza e a independência; não é a interessada gratidão pelas honrarias que dentro dela se podem granjear; não é também o embevecido êxtase ingênuo e fútil, diante da beleza de suas paisagens, do esplendor do seu céu, da uberdade do seu solo. É, sim, um amor elevado e austero, que reconhece os

defeitos da Pátria; não para amaldiçoá-los ou para rir deles, mas para perdoá-los, estudá-los e corrigi-los; é um amor que se enraíza mais no meio moral do que no meio físico, e vai procurar a sua seiva nutritiva no âmago longínquo do passado, no sacrossanto húmus das origens da raça, da língua, da história, e no padecimento obscuro, anônimo das gerações que antes da nossa viveram, suaram e penaram na terra que servimos e adoramos!

Da análise das falas dos atores, depreende-se que a principal razão para se sentir bem no Circuito corresponde a itens que – cotejados com as exortações do poeta – seriam insuficientes para promover o “regionalismo” no Circuito. Claro que a inserção das falas de um poeta não constitui mais do que uma licença, igualmente poética. Mas suas exortações são corroboradas pela teoria que enfatiza os componentes relacionais na formação da identidade social e, conseqüentemente, da identidade local e regional. Tanto é que Lalli (1992), ao tratar da identidade urbana, define “apego geral” como uma de suas categorias, a qual supõe um sentimento geral de sentir-se em casa na própria cidade e de se identificar com ela.

Afeição pelo Circuito

Muitas das falas dos atores indicam identificação com o Circuito. Para Proshansky *et al.* (1983), identidade de lugar refere-se a memórias, ideias, valores, sentimentos, atitudes, significados e concepções de comportamento e experiência, os quais estão relacionados com a variedade e complexidade dos lugares físicos que definem sua existência cotidiana.

O sentimento de identificação com o lugar se concretiza quando são resgatados alguns fatos marcantes do passado e que evocam imagens representativas, ou seja, as experiências vividas e sentidas no passado se constituem em elemento importante que se manifesta nos habitantes como sentimento de afeição e satisfação pelo lugar. É o que se evidencia nas falas dos atores quando expressam seus sentimentos de enraizamento. Isso corresponde a outra dimensão definida por Lalli (1992) em relação à identidade urbana, qual seja a de continuidade com o passado pessoal, que reflete a significação do ambiente urbano para desenvolver um sentido subjetivo de continuidade temporal.

Nasci e moro em Pedreira, sou filho da terra. Adoro morar aqui. A cidade é muito tranquila, o ar é bom, o povo é bom, o clima é perfeito, ótimo (Marcos Ronaldo Tonelotti, diretor executivo do CDL em Pedreira).

Quando era adolescente usufruía muito dos recursos naturais daqui. Gosto de morar, e gosto da natureza daqui, prá morar é um ótimo lugar (Silvio Oliveira Suniga, comerciante de bebidas em Jaguariúna).

Gosto de morar aqui não por ser turístico, eu gosto dos amigos que tenho, é um local que vivo desde criança, então isso, eu não troco por nada. Nem penso na possibilidade de sair daqui, vivo aqui, minha vida é aqui, meus amigos estão aqui (Antônio Geraldo Costa, proprietário de papelaria em Socorro).

Gosto muito de morar aqui, são muitos anos morando aqui, você tá acostumado com o lugar, com a cultura. Tenho os modos, costumes hábitos e sotaque dos habitantes desta região (Dayane Fastrone, gestora do Parque dos Macaquinhos em Serra Negra).

Outras características, como o clima, a paisagem, a tranquilidade e a qualidade de vida, são ressaltadas nas falas dos atores quando se trata de demonstração de seus sentimentos em relação à região. São características que já foram consideradas como importantes na determinação do reconhecimento do Circuito por seus atores, ou seja, em relação à dimensão cognitiva. Mas essas características contribuem, também, para que demonstrem satisfação e orgulho por morar ou trabalhar no Circuito.

Adoro morar aqui, procuro sempre estar em contato com a natureza. Nossa região tem um ótimo clima e tenho orgulho em morar no Circuito das Águas (Bruno Tardelli, microempresário vereador de Lindóia).

Sempre morei aqui é muito bom, você tem uma qualidade de vida, é calmo, tranquilo (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

A qualidade de vida é um dos motivos de eu morar aqui (Francisco Santos Junior, gerente do hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

Tenho orgulho morar no Circuito das Águas, uma das regiões mais belas do nosso Brasil (Bruno Tardelli, microempresário vereador de Lindóia).

Identificação com o Circuito

A identidade com o lugar está associada à relação que se estabelece entre o indivíduo e um lugar específico. Um lugar é formado por dimensões simbólicas, culturais, políticas e sociais; entretanto, a identidade local refere-se ao conhecimento e à experiência vivida por um indivíduo em um lugar ao qual é atribuído um significado (PROSHANSKY *et al.*, 1983). Os atores expressam forte identidade com a região, afirmando tratar-se de um lugar aconchegante e muito bom para se morar e viver. Na manifestação dessa identidade, chegam mesmo a indicar satisfação, orgulho e até mesmo felicidade por ter nascido ou por residir em cidades do Circuito.

O Circuito é aconchegante e acolhedor. O lugar é bem atraente pra morar. As águas e as montanhas, o verde atraem os turistas (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

Acredito que nós moradores somos abençoados por viver aqui, e tenho plena consciência de quanto essa região é boa para se viver, principalmente minha cidade. Sempre comentamos como deve ser ruim morar em São Paulo, por exemplo, e os motivos todo mundo já sabe (Caio Mariano de Moraes, proprietário da pousada Fazenda Morro Pelado em Águas de Lindóia).

Os turistas quando vêm aqui ficam encantados, não só em Monte Alegre, mas no Circuito no geral, alguns se mudam e alguns viram frequentadores (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

Estou no Circuito das Águas há 15 anos. Já morei em Amparo, Serra Negra e Socorro e atualmente estou morando em Monte Alegre do Sul. Isso me credencia a dizer que conheço o Circuito todo, não me vejo longe daqui, me identifico com o local (Renald Franco, consultor contábil em Monte Alegre do Sul).

Nasci aqui e gosto demais, é uma cidade maravilhosa e muito próxima de Campinas e de São Paulo. É uma cidade muito boa pra se viver (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Gosto de morar em Amparo. Morar no Circuito das Águas foi uma opção. Por afinidade a gente acaba vindo prá cá, sempre gostei bastante daqui. A cidade oferece uma qualidade de vida muito boa (Ricardo Moncorvo, engenheiro agrônomo em Amparo).

Adoro a cidade, amo de paixão, já tive oportunidades de trabalhar em outras cidades, mas igual Pedreira não tem (Leonardo Henrique Cirino, assessor de gabinete em Pedreira).

Interesse em permanecer no Circuito

Tema recorrente nas falas dos atores é o interesse em continuar morando ou trabalhando no Circuito. O que também corresponde a uma das dimensões da identidade urbana, conforme o modelo proposto por Lalli (1992), que é a do compromisso, e que abrange as intenções e desejos de permanecer na cidade no futuro.

Os motivos que determinam o interesse em permanecer no Circuito são muito variados e alguns atores ressaltam que nenhum motivo os afastaria da região.

Me sinto bem satisfeito de pertencer ao Circuito principalmente quando ouço elogios a respeito da região e de seus pontos turísticos. Se tivesse que sair daqui, inicialmente ficaria meio chateado (Francisco Santos Júnior, gerente do hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

Seria muito difícil sair daqui, tudo que vivi até hoje foi aqui e tenho plena consciência de quanto essa região é boa para se viver (Caio Mariano de Moraes, proprietário da pousada Fazenda Morro Pelado em Águas de Lindóia).

Eu acho que essa região é boa, o ar é bom o clima é gostoso, eu não trocaria não. Acostumei aqui, já criei um pouquinho de raiz aqui (Rosemeire Ribeiro Villas Boas, comerciante de loja de equipamentos digitais em Socorro).

Nasci em Campinas, mas moro aqui desde que nasci. Já morei fora, em Campinas e nos Estados Unidos, mas sempre quis voltar para cá, nunca pensei em mudar de Pedreira e morar em outra cidade (Maria Clara Alves, secretária de turismo de Pedreira).

Alguns atores indicam que lhes seria muito pesaroso se, por alguma razão, tivessem que deixar o Circuito das Águas. Há atores que demonstram em suas falas o desejo e o interesse em continuar atuando na região e que somente sairiam se fosse por um motivo que valesse a pena e com a condição de retornar o mais breve possível.

Eu digo que não volto para São Paulo de jeito nenhum a não ser que me paguem muito, mas muito dinheiro para poder garantir um período curto de vivência profissional em São Paulo e garantir minha volta pra cá para poder ter direito à vida (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

Talvez me sentiria confuso se tivesse que sair daqui, só sairia se fosse por uma boa causa (Silvio Oliveira Suniga, comerciante de bebidas de Jaguariúna).

[...] sinceramente, só sairia da região por uma proposta irrecusável de trabalho em todos os sentidos, não só financeiro. Mas sentiria muita tristeza por causa das amizades, por sair de um lugar lindo, mas principalmente pela qualidade de vida (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

Gosto muito da cidade, aproveito das belezas aqui existentes. Já ocorreu de eu ter que sair do Circuito, da região onde moro, fiquei triste, faltando algo (Maria Lourdes Oliveira Ventura, comerciante de loja de roupas em Amparo).

O interesse em permanecer atuando na região é fundamental para o fortalecimento da identidade regional, pois indica uma vinculação que não decorre apenas da situação experimentada contemporaneamente. Antes, decorre da crença na permanência dessas vantagens ao longo tempo. Trata-se de uma vinculação bem mais arraigada e, portanto, bem menos suscetível de mudança.

4.2.3 O que os atores fazem em prol do Circuito

Disposição para atuar

A identidade regional manifesta-se não apenas nas dimensões cognitiva e afetiva, mas também na dimensão conativa (KEATING). É a conação que conduz os atores para a ação. Assim, a dimensão conativa da identidade regional refere-se à disposição que os atores manifestam para atuar em prol de uma região. No caso do Circuito das Águas, os itens referentes a essa dimensão correspondem ao que os atores, fazem, fizeram ou pretendem fazer com vistas a promover o seu desenvolvimento. A disposição para atuar está intimamente ligada à crença manifestada pelos atores:

E tem muita coisa para ser trabalhada, tem que ter força de vontade e não desanimar. É trabalho de formiguinha, quase que individual para cada empresário, mas tenho fé que vamos conseguir (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

Pretendo continuar atuando cada vez mais para melhorar ainda mais o turismo de nossa região (Bruno Tardelli, microempresário vereador de Lindóia).

Tenho muito orgulho da região, do trabalho que está sendo desenvolvido e, como venho de outra região, do Circuito das Frutas

Paulista, quando posso, faço quase que um intercâmbio de informações (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

Todos tão se empenhando muito, a secretaria do turismo, enfim, todo o pessoal tá bem animado (Leonardo Henrique Cirino, assessor de gabinete de Pedreira).

Atuação dos atores

As ações em prol do Circuito mais lembradas pelos atores são as relacionadas a reuniões com outros atores. Como esses resultados foram obtidos espontaneamente, e não como resposta a uma questão específica, indicam o reconhecimento da necessidade de atuação conjunta, bem como a valorização da governança.

Entro em contato com os empresários, donos de hotéis e pousadas, explico como funciona e o retorno está sendo muito bom. Participo de todas das reuniões, peço ajuda dou ideia, temos liberdade e cooperação para o turismo acontecer em cada cidade (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

A gente tem as reuniões do projeto de governança, reuniões de governança para as nove cidades, porque Holambra já entrou. É uma reunião de lideranças dos municípios para desenvolver ações em comum (Elizandra Bueno de Godoy, gestora da Associação Comercial e Empresarial de Socorro).

Dentro desse comitê estão sendo apontadas diversas ações, estamos fazendo reuniões com taxistas, com alugadores de cavalo, etc. (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

Vamos iniciar um curso de monitores e talvez ano que vem curso de guias de turismo (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Elaboração de projetos

Os depoimentos dos atores também indicam a importância atribuída à elaboração de projetos. O que também pode ser visto como reconhecimento da importância do planejamento e da realização de trabalhos conjuntos.

Um dos nossos projetos é desenvolver e implementar um roteiro de turismo e deixar dentro dos hotéis, para que o turista vá passear em Águas de Lindóia. É um projeto nosso ter um calendário anual de eventos da cidade com todas as atrações planejadas (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Um dos projetos que desenvolvi foi o de pontes de informações ao turista e a sinalização da cidade (José Luiz Gomes Machado, secretário do COMTUR e presidente da Associação comercial, industrial e agrícola de Serra Negra).

Estamos mudando alguns projetos, por exemplo, o Festival de inverno vai ser diferente, no natal também vamos mudar. A cidade nunca se enfeitou, a praça vai ser enfeitada este ano no natal, com a história bíblica por passagem dentro da praça (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Ações de divulgação

Uma das maneiras de atuar em prol do Circuito é promovendo sua divulgação. A forma privilegiada para tanto são, naturalmente, os meios de comunicação. Assim, os atores que representam organismos coletivos assumem papel primordial no uso dessa modalidade:

A gente tem apoiado algumas iniciativas tanto do poder público quanto do próprio CDL. Apoio em propaganda de televisão, rádio e internet, nas removias que é distribuído flyers nos pedágios, mas é mais na questão da divulgação da cidade (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

Também desenvolvi as mídias sociais do Balneário Municipal de Águas de Lindóia e um Blog (www.arautodasthermas.com) onde divulgo alguns momentos importantes da cidade e da região, além dos pontos turísticos e passeios (Mayla Silveira, consultora em marketing digital para turismo e hotelaria em Águas de Lindóia).

Nós fizemos recentemente um trabalho no Sul de Minas, Central e Ribeirão Preto, esse trabalho é com a parceria do poder público, participação pequena, mas existe a parceria do poder público. Fazer propaganda na TV mostra o município na televisão é o que dá mais

retorno (Marcos Ronaldo Tonelotti, diretor executivo do CDL de Pedreira).

Entendemos que o momento agora é divulgar e estruturar a cidade mesmo, e assim por consequência todos serão beneficiados, hotéis, pousadas, operadores de turismo e seus fornecedores (Elizandra Bueno de Godoy, gestora da Associação Comercial e Empresarial de Socorro).

Os dados obtidos não indicam clara disposição de atores não vinculados a entidades coletivas para atuar em prol do Circuito. Também não indicam se esses já se envolveram em ações com esse propósito no passado. A não manifestação de disposição dessa natureza não significa, no entanto, que os atores se neguem a atuar em prol do Circuito. Talvez, até mesmo, creiam que não lhes caibam atuar dessa forma, sobretudo à medida que existam organismos criados com essa finalidade. Mas estão a indicar a necessidade de ações capazes de promover a conscientização dos atores acerca da necessidade de atuação. Cabe considerar que as entidades representativas, embora organizadas com caráter profissional, são, por definição, entidades cuja ação é delegada pelos atores. Não funcionam como entidades autônomas; seus objetivos, estratégias e missão são definidos pelos atores sociais.

4.3 Como os atores representam o *cluster* turístico do Circuito das Águas

Se os atores sociais da região do Circuito das Águas o reconhecem como uma realidade concreta, como uma entidade que, embora constituída por agências públicas e privadas e que atuam nos municípios que o integram, é maior do que sua soma; se esses atores manifestam identificação com o Circuito, vêm atuando e pretendem continuar atuando em prol do desenvolvimento da região. Pode-se, então, afirmar que existe identidade regional. Se, por outro lado, o Circuito das Águas pode ser identificado no contexto de um sistema, que abrange outros Circuitos, determinado sua interdependência, e se aí existem instituições regionais, pode-se definir a existência de uma região histórica e socialmente construída (PAASI, 2002).

Tendo em vista os objetivos propostos para esta investigação, procede-se à análise e interpretação das representações dos atores quanto à existência desse

cluster, como uma entidade supraempresarial capaz de orientar as ações dos atores e de garantir as formas de governança necessárias para sua manutenção e desenvolvimento. Essa análise centra-se nos temas correspondentes aos fatores críticos para a constituição do *cluster* turístico.

As pessoas que trabalham em *clusters* nem sempre têm consciência de sua existência até que lhes seja explicado o que é e como funciona (ZACARELLI *et al.*, 2008). Não houve, nesta pesquisa, o propósito explícito de interrogar os atores sobre o reconhecimento da existência de um *cluster* no Circuito das Águas.

Assim, nenhuma questão foi proposta aos atores com essa finalidade. Alguns atores, no entanto, abordaram a questão da existência do *cluster*, mas sem se deter em maiores considerações:

Existe um cluster aqui, mas existe muito pouco, bem aquém do que a gente precisaria, poderia ser bem melhor (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

Eu não consigo reconhecer o cluster aqui, isto é um conjunto específico, não consigo perceber isso (Antônio Geraldo Costa, proprietário de papelaria em Socorro).

Não considero um cluster, porque apesar das cidades da região desenvolverem a mesma atividade (turismo), o foco de cada uma delas é diferente e não há uma relação inter-firmas (Renald Franco, consultor Contábil em Monte Alegre do Sul).

Elaborou-se, então, esta seção com vistas a esclarecer como os atores regionais representam o Circuito. O que implica considerar as afirmações e explicações proporcionadas pelos atores com vistas à interpretação ou mesmo à construção da realidade (MOSCOVICI, 1978). Essas representações vêm, a seguir, ordenadas em temas.

4.3.1 Reconhecendo a unidade do Circuito

Quando se analisa o processo de desenvolvimento de cidades como Serra Negra e Águas de Lindóia, que culminou com sua caracterização como estâncias climáticas, não apenas em decorrência da concessão de diplomas legais, mas,

principalmente, pela procura por pessoas que reconhecessem a qualidade de suas águas, constata-se que seus moradores tendem a se identificar muito fortemente com elas. Ou seja, manifestam elevados níveis de identidade de lugar.

A identidade associada ao lugar pode ser reconhecida como uma subestrutura da identidade social dos indivíduos, assim como o gênero e a classe social (PROSHANSKY; FABIAN, 1987). Essa identidade é constituída por cognições sobre o mundo físico, relativas à variedade e complexidade dos lugares nos quais os indivíduos vivem e satisfazem suas necessidades biológicas, psicológicas, sociais e culturais. Assim, a identidade de lugar manifestada por moradores de Serra Negra ou Águas de Lindóia fica bastante evidente, pois tanto sua paisagem natural quanto sua arquitetura e os relacionamentos que os moradores estabelecem entre si e com os visitantes contribuem para identificá-las fortemente com estâncias hidrominerais.

Isso não significa que os atores de outros municípios não manifestam identidade de lugar. Significa que essa identidade liga-se muito mais à cidade do que à região. E nem todas as cidades apresentam como características distintivas as que correspondem à natureza essencial do Circuito.

O reconhecimento de um *cluster* implica considerá-lo como uma unidade. Quanto maior for a semelhança entre seus componentes e mais próximos estiverem entre si, mais fácil, portanto, será visualizá-los. Dentre as unidades que compõem o Circuito das Águas estão hotéis, restaurantes, balneários, clubes, fazendas, parques, lojas de artesanato, alambiques, malharias, fábricas de doces, engarrafadoras de água mineral, fábricas de sabonete, museus, clínicas de estética, agências de viagens, casas de repouso etc. Embora com certo nível de abstração seja possível identificar semelhanças entre esses estabelecimentos, para a maioria das pessoas, para as quais não se solicita algum tipo de reflexão sobre o assunto, esse exercício não se mostra muito simples. Mais difícil ainda é a identificação de suas semelhanças quando se localizam em diferentes cidades, com diferentes níveis de concentração.

O turismo ainda é muito novo aqui. No ramo de turismo, Jaguariúna é a mais recente. Como tá começando, então o próprio morador ainda não tem esta consciência e ele tem que comprar a ideia, mas tudo é uma questão de tempo (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Os moradores aqui não estão preparados para receber o turista. O último cliente que eu conversei bastante esses dias, ele veio fazer rafting e parou para perguntar onde tinha lugar para fazer e o morador disse que não sabia o que era rafting. O povo não tá preparado (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

Os moradores não dão muito valor no turismo da cidade, na verdade, eles não têm conhecimento do turismo na região (Frederico Fissore Dahmer, gestor do hotel Recanto das Cachoeiras em Socorro).

Vejo o Circuito das Águas Paulista como um ótimo produto, porém mal explorado e mal aproveitado, eles só se preocupam, cada um com a sua cidade, e não com outras do Circuito. Não há uma cultura de turismo, embora sejam cidades turísticas (Eliahou Kogan, empresário publicitário de Serra Negra).

O turismo é caracterizado pela existência das mais diversas atividades ligadas aos aspectos naturais, históricos e o comércio da região (Amanda Villela Menezes, empresária comerciante de roupas em Pedreira).

Lindóia é um município sossegado e o orçamento aqui é pequeno, tem pouca verba federal, não há muito que fazer e também falta criatividade, o turismo deixa a desejar (José Diogo Souza, gestor financeiro da prefeitura de Lindóia).

4.3.2 Reconhecendo a cooperação e as parcerias entre os atores sociais

O SEBRAE é reconhecido pelos atores sociais como importante instituição parceira na capacitação de pessoal para atuar no âmbito do Circuito. Os depoimentos dos atores reconhecem a importância desta parceria:

Existe cooperação e união aqui. Existe uma instância de governança regional formada por empresários de turismo, poder público das nove cidades, ONGs da região, trabalho coordenados pelo SEBRAE, responsável por formatar pacotes turísticos de caráter regional, divulgar a região, promover capacitação dos atores envolvidos, principalmente no que se refere ao atendimento ao turista, promover a união dos municípios envolvidos e fomentar a participação do setor empresarial no desenvolvimento sustentado do turístico da região (Deise Formagio Cavazan, administradora de turismo de Socorro).

O SEBRAE tem procurado auxiliar, ensinar como se faz o turismo receptivo, tem dado aula e orientações (Silvio Rossetti, proprietário de agência de turismo Planeta e lojas em Pedreira).

Temos um projeto com SEBRAE e o objetivo desse projeto para o final de 2014 é aumentar em 25% os turistas no Circuito das Águas é o que a gente espera. Criamos alguns focos que são feitos com os empresários (Edson Rodrigo de Oliveira Cunha, gestor do Consórcio Intermunicipal de Turismo do Circuito das Águas).

Já conseguimos várias coisas, a parceria com o SEBRAE para cursos, o asfalto até Monte Sião foi pressão do Consórcio, bem gerido, ninguém segura nossa região (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

A partir de um programa do SEBRAE em parceria com a Associação Comercial e Empresarial da cidade, muitos setores comerciais da cidade se uniram em Núcleos, onde juntos trabalham ações em prol do turismo em geral, e não apenas do seu estabelecimento (João Gabriel Tannus Giacometti, biólogo e educador ambiental em Socorro).

Também é reconhecida como importante a atuação dos Conselhos Municipais de Turismo, que órgãos constituídos com a finalidade de promover e garantir o aprimoramento de diretrizes do desenvolvimento do turismo, bem como o planejamento participativo da gestão local:

O COMTUR daqui de Socorro é bastante atuante, é muito forte, eu acho que o próprio COMTUR acaba fazendo esta ligação entre o poder público e os empresários, ele permite que essas coisas aconteçam de uma maneira mais concentrada (Flávia Balderi, gestora da Associação Copaíba em Socorro).

Existem núcleos como se fosse uma cooperativa e a gente se reúne lá e debate melhorias para o Circuito. O Núcleo é só da cidade (Serra Negra). Existe essa cooperação, núcleos de pousada, de chalé, de jurídico, etc. Os projetos são para beneficiar a cidade (José Luiz Gomes Machado, secretário do COMTUR e presidente da Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Serra Negra).

Nas reuniões do COMTUR eles discutem bastante coisas sobre planejamento (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

Também há clara percepção da existência de união e de parceria entre as empresas do setor de turismo e as municipalidades:

Nós estamos fazendo palestras dentro das escolas, mostrando os nossos atrativos turísticos, falando da importância de receber bem o turista, a importância da informação e também da copa do mundo, sobre a importância de estar recebendo uma delegação (Antônio

Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

Aqui em Socorro eu posso afirmar que temos união entre as empresas, nas demais cidades, desconheço. Não enxergamos como concorrentes os hotéis ou pousadas, enxergamos e atuamos como parceiros (João Gabriel Tannus Giacometti, biólogo e educador ambiental em Socorro).

Eu acho que agora tá começando a pensar em união. O Circuito das Águas existe há tanto tempo, é o mais antigo da cidade de São Paulo (Maria Clara Alves, secretária de Turismo de Pedreira).

O secretário de cultura de Serra Negra que tem uma empresa de marketing nos ofereceu para desenvolver a arte sem custo e através do Circuito junto à secretaria de cultura do Estado e ao SEBRAE, conseguimos a impressão dos folders sem custo, então é um trabalho muito importante em todos os sentidos (Ana Helena, diretora de turismo de Lindóia).

Já temos empresários de material de construção, supermercados, padarias, entre outros fornecedores do turismo, que contribuem com ações para o turismo (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

Os maiores entraves à cooperação , segundo os atores, estão em nível intermunicipal. Existiria, ainda, uma tendência para cada município atuar de forma independente. O que pode ser reconhecido como muito natural, posto que a municipalidade constitui a realidade mais concreta para as pessoas. Costuma-se dizer que as pessoas moram nos municípios e não nos estados ou na nação. Assim, é fácil admitir que a identificação com o local, constituída pelo território do município, tende a ser muito mais forte do que a identificação com o Circuito, que, a rigor, constitui uma abstração. É o que se depreende da análise de muitas das falas dos atores:

Na minha opinião as cidades deveriam se ligar mais. A gente precisa trabalhar bastante essa integração (Elizandra Bueno de Godoy, gestora da Associação Comercial e Empresarial de Socorro).

O individualismo sempre vai ter, não tem como você ter 100% de uma cidade que abrace o turismo. Mas eu acho que algumas cidades do Circuito estão bem a frente de Jaguariúna, como por exemplo, Holambra, é uma instância turística (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Acho que não tem cooperação entre os municípios, tem sim este individualismo. Teve um tempo que o pessoal não estava falando de

Pedreira (Leonardo Henrique Cirino, assessor de gabinete de Pedreira).

Não há articulação e cooperação entre os municípios, tem a individualidade e até uns que trabalha contra. Não tem esse interesse político de promover a cidade (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

Não há parceria no Circuito em si. Acho que falta isso, a venda casada, cada cidade tem seu forte. Eles falam do Circuito das Águas porque é um nome que chama mais a atenção do turista, mas não é bem uma cooperação não, é mais no individualismo (Frederico Fissore Dahmer, gestor do hotel Recanto das Cachoeiras em Socorro).

Também são feitas críticas à postura de proprietários de grandes hotéis. De fato, os grandes hotéis podem atuar com grandes vantagens, à medida que podem dispor de balneários, piscinas, lojas, restaurantes, bares, videotecas e, ainda, promover eventos recreativos e culturais em seu interior.

Os comerciantes só se preocupam, cada um com a sua loja, os hotéis fazem de tudo para os turistas não saírem dos hotéis e irem passear na cidade (Eliahou Kogan, empresário publicitário em Serra Negra).

O hóspede precisa sair do hotel, precisa conhecer a cidade, tem que fazer os passeios, andar de trenzinho, andar de cavalo, se for criança tem os carrinhos, os brinquedos, na praça central da cidade tem brinquedos infláveis, tem a bolha que a criança entra dentro e fica rodando dentro do lago da praça (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

A parte hoteleira é a que menos se dispõem a fazer, eles fazem de tudo para que os turistas fiquem confinados dentro dos hotéis, e não sei por que isso, a maioria dos hotéis aqui em Águas eles pensam assim, não sei o que acontece eles querem manter o hóspede dentro do hotel querem por tudo para o hóspede ficar, eu falo que o hotel é para ele dormir, ele vem dorme, toma café e sai (Poliana, proprietária do hotel Shalom em Águas de Lindóia).

A associação dos hotéis tem muita força política. Mas só pensam neles. Os turistas que eles têm atraído, nos últimos anos, beneficiam apenas os hotéis, pois não vão à cidade (Eliahu Kogan, empresário publicitário em Serra Negra).

Você imagina, Águas de Lindóia tem 10 mil leitos cadastrados e vivem lotados, mas as ruas estão vazias. Os turistas ficam muito tempo dentro dos hotéis. A visão que eu tenho é essa união que eles precisam ter. (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

No entanto, os atores percebem a necessidade de conscientizar todos os envolvidos com a atividade turística da região com vistas a desenvolver e fortalecer o turismo por meio de parcerias e união entre eles. Em seus depoimentos, os atores indicam a falta de parceria e de interesse entre as empresas.

Eu acho que ainda tem muita coisa para se desenvolver, acho que a cidade deveria ter a noção que estamos no Circuito e que temos que trabalhar todo mundo junto (Maria Clara Alves, secretária de Turismo de Pedreira).

Não tem parceria entre os municípios. O pessoal não colabora, uns tem interesse só de ocupar o cargo e tá lá em cima, tem gente que não tem interesse, não quer trabalhar porque dá trabalho (José Luiz Gomes Machado, secretário do COMTUR e presidente da Associação Comercial, Industrial e Agrícola de Serra Negra).

Não há muita parceria em Jaguariúna porque os comerciantes não acreditam muito (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Não existe parceria aqui, acho que é uma coisa que tem que insistir muito, tá precisando intensificar. Esta conscientização de serem todos parceiros precisa acontecer (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Existe uma união entre as empresas, mas eu acho muito pequena. Gostaria que mais empresas participassem dessa união uma vez que os benefícios vêm em prol de todos. Esta falta de união seja talvez pela falta de retorno visível, mas no fundo acho que é porque a maioria só quer olhar para o próprio umbigo, exemplo, se tiver que por a mão no bolso, deixa que o outro faça isso (Francisco Santos Junior, gerente do hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

Não tem muita união, mas o ano passado eles trabalharam bem, estão fazendo bastante coisa, mas eu ainda acho que falta o apoio dos hotéis daqui de Águas de Lindóia, de todos os hotéis (Poliana Brolezi David, gestora e filha do proprietário do hotel Shalom e do hotel Opala em Águas de Lindóia).

A maioria das pessoas, embora critique sem nada fazer para melhorar, eles só se preocupam, cada um com a sua cidade, e não com outras do Circuito. Não há uma cultura de turismo, embora sejam cidades turísticas (Eliahou Kogan, empresário publicitário em Serra Negra).

Não existe parceria entre as empresas, aqui é assim, todo mundo espera que a prefeitura faça, não podemos generalizar, porque tem um ou dois empresários que ajudam, mas eles sozinhos não fazem nada. Aqui eles acham que tudo tem que vir da prefeitura e não é bem assim (Giuliana Pellattiero de Godoy, assessora da Cultura de Águas de Lindóia).

Não existe união entre os empresários de turismo. Aqui muito se fala e pouco se faz. Acontecem reuniões e mais reuniões e quase nada acontece (Mayla Silveira, consultora em marketing digital para turismo e hotelaria em Águas de Lindóia).

Existe pouca união dos empresários, muita desconfiança e resistência por parte dos empresários (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

4.3.3 Reconhecendo a profissionalização dos gestores do setor de turismo e da importância do Consórcio

Para que uma região se consolide, não basta a existência de consciência regional. É necessário que tanto os gestores do setor público quanto das agências privadas disponham de competência técnica suficiente para promover as regiões turísticas. Nesse sentido as percepções dos atores se mostram bastante favoráveis:

As pessoas que estão no turismo das cidades que hoje compõem o Circuito, são todas técnicas na área, e para mim isso muda tudo (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

A Paula é a secretária de turismo de Pedreira dessa nova gestão, ela é nova de idade e tem conhecimento técnico, que é a formação dela, da área e não tem muita política (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação comercial de Pedreira).

Temos pessoas capacitadas e qualificadas que participam das reuniões mensais para discutir o turismo (Sylvio Campos, diretor de turismo de Amparo).

Hoje eu sei de onde é meu turista, estamos muito satisfeitos, os prefeitos estão satisfeitos, a gente sempre diz aqui, nós temos 4 anos de gestão desses prefeitos, então pense para 4 anos mas projete para 20 anos, porque tudo que a gente faz hoje, vai impactar no futuro, sempre temos que pensar assim na área pública (Edson Rodrigo de Oliveira Cunha, gestor do Consórcio Intermunicipal de Turismo do Circuito das Águas).

Este prefeito já é o quinto mandato dele, ele assumiu em Janeiro é uma pessoa muito capacitada, é um administrador mesmo e sabe muito bem o que fazer, já está acostumado (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

A criação do consórcio foi significativa, tanto para promover o reconhecimento do Circuito como para favorecer ações em prol de seu desenvolvimento. Como, porém, os consórcios intermunicipais são organismos de constituição recente, seu reconhecimento não é coisa que se dá automaticamente. São naturais as resistências em relação a organismos de caráter governamental, sobretudo por parte de atores sociais que atuam como empresários. Mas o que se verifica é o progressivo reconhecimento de sua importância para o Circuito.

Vejo que um dos objetivos do Consórcio é melhorar a frequência para que tenhamos turistas para todas as cidades da região (João Gabriel, biólogo e Educador Ambiental em Socorro).

Sobre o Consórcio eu acho que mudou muito o perfil, antes eles viam o Consórcio como uma forma de participar de feira e divulgar a cidade, era só isso, hoje está muito mais aberto, nós temos esporte, cultura, educação dentro do Consórcio. A feira continua, mas com recursos do governo do Estado, gastando menos, acho que ele está fazendo muito mais com muito menos recursos que o pessoal tinha (Antônio Henrique Corsi, diretor de esportes e recreação de Águas de Lindóia).

O consórcio soma muito. Se não tivesse o consórcio, cada cidade ia fazer o seu e não ia funcionar, as ações seriam muito centralizadas. O consórcio fortalece as ações e tem força de representação, traz verbas do Estado para os municípios é muito importante pra nós cidade (José Luiz Gomes Machado, secretário do COMTUR e presidente da Associação comercial, industrial e agrícola de Serra Negra).

O Consórcio está promovendo um conhecimento dos municípios pelos gestores, porque não adianta a gente dizer que somos um consórcio sem ao menos conhecer nossos vizinhos, saber quais são seus potenciais para que a gente tenha uma linguagem única e dar condição de uniformidade (Sylvio Campos, diretor de turismo de Amparo).

A gestão do consórcio é muito eficaz, mas como é um conjunto de prefeituras, todos têm que cooperar igualmente, e ainda não conseguiu isso, ainda mais numa troca recente de administradores públicos (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Os empresários hoje já veem o Circuito como um todo, conseguem entender que é uma relação sistêmica e não pontual de se aproximar. E isso foi uma das ações que o consórcio alavancou. Existia uma relação separada do poder público e privado. Essa aproximação foi muito importante (Vera Lucia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

São muitas as ações do Consórcio. A governança do Circuito das Águas é importantíssima e está sendo muito bem gerido (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

Existe um leque de ações sendo desenvolvidas pelo Consórcio. Isso é o que fez o Circuito das Águas nesses três anos aparecer e se destacar entre os demais Circuitos. Estamos recebendo elogios, tanto do governo do Estado quanto do Ministério do Turismo. Hoje encostamos, estamos muito perto do Circuito do Sul da região de Gramado que é a grande referência nacional no que diz respeito a Circuito (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

Considere-se que o Consórcio foi criado em 2004. É dirigido pelo Conselho, que é presidido por um dos Prefeitos, eleito por seus pares, com mandato de dois anos. Como sua gestão fica a cargo de um colegiado, as influências decorrentes das mudanças em virtude das eleições tendem a ser menos acentuadas do que em relação aos municípios, em que o Chefe do Poder Executivo, ao ser eleito, pode representar uma mudança significativa, pelo menos em relação à ocupação de cargos do primeiro escalão. Já em relação à gestão do Consórcio, embora o cargo seja transmitido a cada dois anos, o poder decisório fica nas mãos do Conselho de Prefeitos, que tende a pertencer a partidos diferentes. A Diretoria do Consórcio, no entanto, é indicada pelo Prefeito eleito para presidir o Consórcio no biênio. Assim, a Diretoria torna-se o elemento mais visível de sua gestão; o que contribui para que a imagem do Consórcio se associe à figura de seu dirigente. É o que indicam os depoimentos:

Depois que ele (o atual gestor do Consórcio) assumiu, parece que as coisas deram uma deslançada e o melhor é que ele não é político. Pelo que eu ouvi falar, ele entende muito, dizem que ele é muito bom (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação comercial de Pedreira).

Acho as ideias do Rodrigo do Consórcio muito boas, pena termos tantos obstáculos pelo caminho, principalmente políticos (Mayla Silveira, consultora em marketing digital para turismo e hotelaria em Águas de Lindóia).

Houve um choque de gestão bastante significativo no Consórcio durante esse período, porque o Consórcio vinha com uma proposta um pouco conturbada que não estava atendendo aos interesses nem privados e nem públicos (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

O Rodrigo, gestor do Consórcio, é muito empenhado, enfrenta alguns problemas, tenta desenvolver um trabalho. Alguns municípios não estavam recolhendo o valor para o Consórcio, mas agora, aparentemente, as novas administrações que entraram estão regularizando isso, porque tudo precisa de dinheiro, de verba, então o Rodrigo está fazendo um trabalho interessante (Marcos Ronaldo Tonelotti, diretor executivo do CDL de Pedreira).

Na verdade o Circuito começou a acontecer depois que o Rodrigo assumiu, antes disso sabíamos que tinha, agora estou falando na condição de turista, pelas placas espalhadas pelas estradas, pra mim era uma sinalização do DER e só. Ele está fazendo um ótimo trabalho, está “tirando leite de pedra” (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

Os principais problemas do consórcio enfrentados no passado foram que alguns municípios não arcavam com suas contribuições. Daqui em diante, com essa nova administração nos municípios, eu acho que as histórias vão ser construídas de uma maneira diferente (Marcos Ronaldo Tonelotti, diretor executivo do CDL de Pedreira).

4.3.4 Reconhecendo a atuação do Poder Público

A percepção acerca da atuação do Poder Público é crítica em relação ao desenvolvimento das ações em prol da consolidação do *cluster*. A questão política pode ser um entrave no desenvolvimento do turismo em determinadas regiões. Alguns problemas políticos podem interferir no turismo, principalmente quando ocorrem eleições e há mudanças de prefeitos e secretários. É o que indicam alguns depoimentos dos atores.

O trabalho é complicado, como troca muito de secretário, então o que acontece, quando o gestor se engaja, troca o secretário, muda a cabeça outro quer sair, é complicado (Maria Clara Alves, secretária de Turismo de Pedreira).

Este prefeito, já é o quinto mandato dele, ele assumiu em Janeiro é uma pessoa muito capacitada, é um administrador mesmo e sabe muito bem o que fazer, já está acostumado. Só que ele pegou a cidade quebrada, com uma dívida enorme. Jaguariúna precisa se reestruturar (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Algumas pessoas alegam que dinheiro não é o problema para a administração da cidade, o problema é que a cidade está sendo governada por políticos que não têm capacidade nenhuma de gestão e compreensão do ponto de vista do povo (Ângelo Gabriel de Souza, proprietário de fábrica de móveis em Amparo).

A gestão nova entrou em Janeiro deste ano e pegou totalmente abandonada, a gestão antiga realmente abandonou a cidade na parte de turismo (Maria Clara Alves, secretária de Turismo de Pedreira).

Nosso município aqui ele veio durante doze anos desassistidos na área do turismo. É uma realidade e isso mudou há dois anos atrás, porque o CDL entrou com um trabalho e o poder público se viu na obrigação de tentar acompanhar (Marcos Ronaldo Tonelotti, diretor executivo da Câmara Dirigentes e Lojistas - CDL de Pedreira).

Em Jaguariúna, o prefeito vem de outros mandatos, porém ele é muito eficiente, e valoriza o turismo (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Em Amparo também tem um prefeito novo, acho que há certa responsabilidade com o turismo aqui no Circuito das Águas (Leonardo Henrique Cirino, assessor de gabinete em Pedreira).

Essa gestão tá focando muito no turismo, tá sendo muito forte, porque na gestão passada foi cruel. Acho que todas as gestões novas estão começando a “cair a ficha” por causa da copa do mundo e das olimpíadas (Sebastião Ginghini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

Eu acho que o Circuito é denominado Circuito, mas o que fazem pra realmente ser um Circuito? Pró mim é uma colcha de retalhos que vem de cima pra baixo, de cima não sei bem de onde (Roberto Pastana Teixeira Lima, historiador de Amaro).

4.3.5 Reconhecendo a insuficiente informação dos moradores acerca do Circuito

A consolidação de uma região depende da consciência regional de seus habitantes. Essa consciência envolve, primeiramente, o reconhecimento da existência da região a partir de suas características distintivas. É a sua dimensão cognitiva. É necessário reconhecer sua existência para se sentir participante dela e para se dispor a colaborar com o desenvolvimento. Mas os atores considerados nesta investigação percebem dificuldades para que os moradores dos municípios que não são estâncias hidrominerais, como Jaguariúna e Pedreira, possam ter essa consciência regional.

Acho que os moradores não têm muito conhecimento do que é o Circuito, a cidade, acho que falta conhecimento (Paulo Tostes, gerente Administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

Infelizmente muitos moradores não sabem ainda da participação de Jaguariúna no Circuito das Águas (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Não tenho muito conhecimento sobre opções de lazer, mas sei que tem turismo rural e outros atrativos. Acho que o turismo no Circuito das Águas é mais apreciado pelos turistas do que pelos próprios moradores (Heloisa Granjeiro, proprietária de escola de dança em Pedreira).

Se você perguntar para as pessoas aqui, elas próprias falam que não tem nada para fazer, na verdade eles não têm conhecimento do turismo na região (Silvio Oliveira Suniga, comerciante de bebidas em Jaguariúna).

Temos que educar melhor o município, para que ele atenda melhor o turista e compreenda melhor o turismo, para que o cidadão pedreirense enxergue o turismo da maneira correta. Você tem que ter a hospitalidade, acolher bem para que ele retorne, o cidadão tem que ter essa consciência (Marcos Ronaldo Tonelotti, diretor executivo do CDL de Pedreira).

Mesmo em relação a cidades como Socorro e Lindóia, que são estâncias hidrominerais, a percepção é a de que seus moradores têm dificuldades para concebê-las como locais turísticos, já que sua relevância econômica deve-se ao desempenho em outros setores. Considere-se, a propósito, que Lindóia assume notável relevância em relação às águas. No entanto, isso se dá pela virtude de ser produtora de água mineral e não por oferecer atrativos a turistas que se voltam para as águas, em virtude das características associadas ao lazer e à cura.

A cultura da população é que Lindóia é uma cidade de passagem, que não oferece nada ligado ao turismo, os moradores de Lindóia conhecem a região, mas não sabem muito bem a finalidade e a funcionalidade do turismo (Ana Helena Pelliser Alvarez, diretora de turismo de Lindóia).

Os moradores não têm a imagem, a dimensão que o Circuito poderia oferecer, precisaria fazer uma conscientização dos moradores (Antônio Geraldo Costa, proprietário de papelaria em Socorro).

Agora, para os moradores, eu acho que ainda falta um pouco de consciência turística. Ainda temos pessoas que ligam o progresso a grandes indústrias ou corporações que não entendem o desenvolvimento indireto que o turismo acarreta aqui em Socorro (João Gabriel Tannus Giacometti, biólogo, educador ambiental de Socorro).

Nas cidades de Águas de Lindóia e Serra Negra, em virtude da maior quantidade de atrativos turísticos, sua população tende, naturalmente, a se apresentar mais bem informada a respeito. Mas, mesmo assim, os atores indicam a insuficiência dessas informações. O que é reconhecido como crítico, pois se espera que os moradores, independentemente de desempenharem qualquer atividade relacionada ao turismo, são considerados como agentes promotores da imagem da região:

O munícipe não conhece a cidade, eles não conhecem a cultura e não sabem nada. Fui às escolas e perguntei: quem conhece o balneário? Ninguém conhecia e alguns nunca haviam ido (Giuliana Pellattiero de Godoy, assessora da cultura de Águas de Lindóia).

Acho que ainda falta um pouquinho de lazer, eles estão preocupados em atrair as pessoas e está deixando um pouco de lado o lazer e atrativos para gente que mora aqui. Serra Negra só tem comércio, porque lazer não tem, não tem muito mesmo o que fazer aqui na cidade (Jéssyka Oliveira, gestora do Parque dos Macaquinhos, em Serra Negra).

Acredito que falta informação para a população, você chega aqui e a pessoa não sabe te dar uma informação, não sabe que é, o que tem e o que faz a cidade (Eduardo Perini, assessor de turismo em Águas de Lindóia).

Serra Negra é um município rico, mas nem sempre se investe no necessário e essencial para a população e turistas. Por ser turística, a cidade peca no atendimento e estrutura dos pontos, saúde e transporte ficam a desejar e servem de mal exemplo a população e turistas que precisam do serviço (Francisco Santos Junior, gerente de hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

4.3.6 Reconhecendo a insuficiente qualificação da mão de obra local

O insuficiente nível de qualificação da mão de obra local empregada em serviços de turismo é reconhecido como sério problema, tanto pelo setor público quanto pelo privado. Considere-se, ainda, que as deficiências são percebidas tanto nos segmentos em que se requer mais elevado nível de qualificação quanto nos que se requer níveis mais baixos:

Garçons, camareira, cozinheira, recepcionistas de turismo e atendentes são mão de obra que falta muito, é um problema geral, já

tivemos restaurantes fechados por falta de mão de obra (Márcia Josele Hosri Faria Coelho, diretora de turismo de Jaguariúna).

Mas tem que ter o povo hospitaleiro e que saiba receber o turista, pessoal treinado, um comércio, restaurantes e hotéis voltados para atender bem (Antônio Geraldo Costa, proprietário de papelaria em Socorro).

O maior gargalo em qualquer atividade em nossa região é a mão de obra, falta mão de obra qualificada, é necessário capacitar as pessoas que trabalham no turismo (Ricardo Moncorvo, engenheiro agrônomo em Amparo).

Amparo tem sim uma carência de mão de obra qualificada para diversos setores e o turismo acaba sofrendo com isso também. Nossos hoteleiros já mencionam, dizem que é complicado, que tem que buscar fora (Sylvio Campos, diretor de turismo de Amparo).

Todos os municípios e nós também temos uma deficiência clara de capacitação de mão de obra, tanto no setor privado como no público, mas temos uma deficiência na qualidade de serviço, é bastante complicado (Vera Lúcia Campos, diretora de turismo de Monte Alegre do Sul).

No turismo, acho que o problema maior é a qualificação, falta mão de obra qualificada. No geral acho que falta capacitação das pessoas que trabalham no turismo (Ricardo Moncorvo, engenheiro agrônomo em Amparo).

Ações de qualificação de mão de obra são vistas como respostas adequadas para a solução desse problema. Destaque especial é dado a ação do SEBRAE, que tem presença significativa na região, mediante parcerias com empresários do setor hoteleiro e que têm possibilitado a realização de programas de formação e treinamento de mão de obra. O que faz com que o SEBRAE seja reconhecido pelos atores como importante agente na promoção do Circuito.

Aqui no hotel, damos cursos para o pessoal, para as camareiras, para os garçons, para recepção e outros mais (Frederico Fissore Dahmer, gestor do hotel Recanto das Cachoeiras em Socorro).

O SEBRAE tem essa preocupação com a qualificação. Existe um inventário para saber quem são as pessoas que estão envolvidas nesses segmentos, e que precisam se qualificar (Sylvio Campos, diretor de Turismo de Amparo).

O Rodrigo do Consórcio está fazendo um trabalho muito forte com o SEBRAE e vai ter vários cursos na parte gastronômica e na parte operacional (Sebastião Ginghamini, proprietário do Parque Monjolinho em Socorro).

O Consórcio juntamente com o SEBRAE está realizando pesquisas no Circuito para saber quem são as pessoas e quais são as profissões mais necessárias para qualificar e capacitar (Deise Formagio Cavazan, administradora de turismo de Socorro).

4.3.7 Reconhecendo problemas relativos à infraestrutura de informações turísticas

Para que ações desenvolvidas no âmbito de uma região turística sejam bem sucedidas, é necessário que se proceda à constituição de uma estrutura adequada de informações turísticas. Principalmente quando o território é vasto e as atividades e os pontos turísticos são diversificados. Isso implica a criação de uma infraestrutura capaz de proporcionar as informações necessárias aos turistas e que envolva não apenas equipamentos físicos, mas também a presença de profissionais qualificados para fornecer informações sobre os atrativos da região.

Aqui também tem essa dificuldade, o ponto de receber o turista dificilmente está aberto, nunca tem ninguém, então o turista chega e nem tem como se informar. Não tem uma central para o turista ser recepcionado, até tem, mas não funciona de acordo (Flávia Balderi, gestora da Associação Copaíba em Socorro).

Por ser turística, a cidade peca no atendimento e estrutura dos pontos, saúde e transporte ficam a desejar e servem de mau exemplo à população e aos turistas que precisam do serviço (Francisco Santos Junior, gerente do hotel Chalé da Montanha em Serra Negra).

Quantas cidades do Circuito que tem um centro de informações turísticas que funcionam? Quase nenhuma tem e, quando tem, não funcionam. Precisa ter um posto de informações ao turista que funcione (Luís Gonzaga Truzzi, proprietário da Pousada da Fazenda em Monte Alegre do Sul).

Na verdade tem os pontos de informações turísticas, porém pouco divulgados. Acho que por falta de verba para se colocar pessoas treinadas lá (João Gabriel Tannus Giacometti, biólogo e educador ambiental em Socorro).

A existência de um adequado sistema de informações turísticas é fundamental para o funcionamento de um Circuito turístico. Considere-se que esse problema foi ressaltado no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Circuito Turístico Caminhos Gerais, que apresenta, como algumas

dificuldades enfrentadas pela gestão para desenvolver suas atividades: a falta de envolvimento dos atores locais, o desconhecimento da comunidade sobre o processo de regionalização do turismo e sobre o Circuito Turístico, a falta de um sistema de informações integrado sobre os municípios, a deficiência de roteiros turísticos e a falha na divulgação do Circuito dentro da própria região e nos centros emissores de turistas (CIRCUITO TURÍSTICO CAMINHOS GERAIS, 2008).

Um grave problema reconhecido pelos atores é o do sistema viário. A qualidade das estradas é reconhecida como crítica por alguns atores. O maior problema, no entanto, é reconhecido no interior das cidades: o trânsito de veículos. Trata-se de um problema reconhecidamente grave; mais ainda porque os próprios atores nem mesmo se sentem à vontade para oferecer sugestões com vistas a sua minimização.

Acho que os turistas não têm uma boa imagem da infraestrutura de Pedreira. A imagem que eles têm da locomoção é ruim. O trânsito aqui é caótico (Paulo Tostes, gerente administrativo da Associação Comercial de Pedreira).

Quando você tem no município um fluxo legal, um comércio legal, você não tem estradas, veja bem é o caso de Serra Negra, por onde você passa, é o caso de Pedreira, talvez o caso de Águas de Lindóia e de Socorro seja melhor um pouco, estou falando de trânsito, mas o caso de Serra Negra e de Pedreira é caótico, e ninguém faz nada com isso (Silvio Rossetti, proprietário de agência de turismo Planeta e lojas em Pedreira).

As ruas aqui estão ruins e as estradas para vir pra cá também não estão muito boas. Muitas partes da estrada não tem acostamento. Em Socorro a gente não tem onde estacionar e tem dia que não tem como andar, ainda mais quando tem feriado. Tem muito trânsito, às vezes tem muito caminhão, não tem condições, o trânsito aqui é horrível (Rosemeire Ribeiro Villas Boas, comerciante de loja de equipamentos digitais em Socorro).

5 CONCLUSÃO

Conclui-se a presente investigação com a compreensão do fenômeno da identidade regional no Circuito das Águas Paulista. Tendo em vista o enfoque metodológico adotado, essa conclusão corresponde a uma teoria substantiva acerca desse fenômeno. Por ser uma teoria substantiva, é de caráter essencialmente descritivo, não implicando, portanto, no estabelecimento de relações de causalidade.

O primeiro aspecto considerado na constituição dessa teoria é o do reconhecimento do Circuito das Águas como uma unidade, tanto sob a perspectiva empírica, que envolve aspectos ambientais, econômicos e socioculturais, quanto sob a perspectiva de representação social, indicada pelos depoimentos dos atores selecionados. Com efeito, o Circuito das Águas é constituído por um núcleo básico de municípios com características de estâncias hidrominerais, o que justifica o nome conferido a essa entidade turística. Pedreira e Jaguariúna, embora não sejam estâncias, integram-se funcionalmente ao Circuito, atuando como cidades de passagem e, dessa forma, oferecendo mais alternativas aos turistas, que, passam a dispor de produtos oferecidos por maiores centros produtores de porcelana e da possibilidade de realizar um passeio de Maria Fumaça. O ingresso desses municípios contribui, ainda, para o oferecimento de atividades turísticas diversificadas. O Circuito, que durante muito tempo atraiu, principalmente, turistas da terceira idade e que buscavam benefícios sanitários em virtude da qualidade de suas águas, passou a atrair também os mais jovens, aficionados por passeios de motocicleta e esporte de aventuras.

Em virtude da concorrência de outras regiões turísticas, o Circuito das Águas já não é mais o mesmo, pois deixou de ser atrativo para pessoas de nível de renda mais elevada. É o que afirmam os atores regionais. Mas o Circuito conseguiu se renovar, passando a atrair outros segmentos de turistas, como membros de associações científicas que participam de congressos, membros de igrejas evangélicas, que participam de convenções e de retiros, bem como, integrantes de grupos de funcionários de empresas que participam de programas de treinamento e desenvolvimento.

A já secular imagem do Circuito também contribuiu para sua institucionalização, pois em 2004 tornou-se uma das primeiras regiões do Estado de São Paulo a ser definida como Circuito turístico, conforme o Programa de

Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Mais do que isso: nesse mesmo ano foi constituído o Consórcio Intermunicipal para o Desenvolvimento do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista. O Consórcio é uma instância privilegiada de governança, pois seu corpo diretivo é constituído pela totalidade de prefeitos da região. Como associação civil pode firmar convênios, contratos e acordos de qualquer natureza, receber auxílios, contribuições e subvenções de outras entidades e órgãos do governo federal e estadual, bem como contrair empréstimos. Assim, com a criação do Consórcio, o Circuito das Águas não apenas atingiu elevado grau de institucionalização, mas também – com a confirmação da identidade regional de seus atores – o último estágio da constituição de uma região.

Os resultados evidenciam a existência de identidade regional dos atores sociais do Circuito. Essa identidade se dá tanto em relação à percepção da existência do Circuito pelos atores quanto à sua identificação com ele e à disposição para atuar em prol de seu desenvolvimento. O reconhecimento da qualidade das águas, da paisagem do clima, do caráter interiorano do local, da qualidade de vida proporcionada, da tranquilidade e segurança oferecida e da hospitalidade de seus moradores são importantes componentes da dimensão cognitiva da identidade regional. Mas a qualidade das águas constitui marca característica do Circuito. É o item mais recorrente nas falas dos atores regionais, que não hesitam em afirmar que a água aí produzida é a “melhor do mundo” e que já foi consumida “até na lua”. A publicidade oficial, por sua vez, vale-se principalmente do reconhecimento dessas qualidades. Claro que essas características são mais evidentes nos municípios que constituem o núcleo básico do Circuito, Águas de Lindóia e Serra Negra, visto que tanto sua paisagem natural quanto sua arquitetura e os relacionamentos que os moradores estabelecem entre si e com os visitantes contribuem para identificá-las fortemente como “cidades de boas águas”.

Embora esse reconhecimento constitua uma representação social, é corroborado por dados empíricos. De fato, a água produzida por seu solo representa cerca de 40% do volume total consumido no Brasil. E já no início do século XX, as *Thermas de Lindoya* eram reconhecidas nacionalmente como produtoras de águas com propriedades curativas.

Os atores também indicam forte identificação com a região. Essa identificação, por sua vez, dá-se por fatores muito semelhantes aos identificados em relação à dimensão cognitiva. Eles se declaram satisfeitos, orgulhosos e até mesmo

felizes por terem nascido ou por morarem na região e justificam esses sentimentos principalmente em razão do clima, da paisagem, da tranquilidade e da qualidade de vida. E demonstram que se sentiriam muito infelizes se, por alguma razão, tivessem que deixar o Circuito das Águas. Há atores que manifestam em suas falas o desejo e o interesse em continuar atuando na região, e que somente daí sairiam se fosse por um motivo que valesse a pena e com a condição de retornar o mais breve possível. Fica difícil definir se a hegemonia é dos aspectos cognitivos ou dos afetivos. Mas o enraizamento mostra-se muito forte, principalmente porque não se evidencia apenas como decorrência de uma situação experimentada contemporaneamente. Antes, decorre da crença na permanência das vantagens do Circuito ao longo do tempo. Trata-se, portanto, de uma vinculação arraigada e, portanto, pouco suscetível a mudanças.

A identidade regional implica também uma dimensão conativa, que se refere à disposição para atuar em prol do desenvolvimento da região. As ações mais lembradas nesse sentido correspondem à realização de reuniões, elaboração de projetos e divulgação do Circuito. Os dados obtidos, no entanto, não indicam clara disposição de atores não vinculados a entidades coletivas para atuar em prol do Circuito, mas isso não significa que se neguem a atuar em prol do Circuito. Antes, parece indicar que para os atores essa atuação deva ser de responsabilidade principalmente dos organismos que foram criados com essa finalidade. O que indica a necessidade de conscientização dos atores, pois esses organismos, embora organizadas com caráter profissional, exercem atividades delegadas, cujos objetivos, estratégias e missão são definidas pelos atores sociais.

O Circuito das Águas é reconhecido como uma entidade concreta, que, apesar de constituído por agências públicas e privadas que atuam nos municípios, torna-se maior do que sua soma, indicando seu caráter sinérgico. Seus atores sociais não apenas o reconhecem, mas se identificam com ele. O Circuito pode ainda ser identificado no contexto de um sistema, que abrange outros Circuitos. Instituições sociais foram criadas ao longo de seu desenvolvimento, sendo o Consórcio Intermunicipal a mais significativa. Assim, pode-se definir o Circuito das Águas como uma região histórica e socialmente construída.

Considerando, pois, o reconhecimento do Circuito das águas como uma região socialmente construída, com evidente identidade regional, procede-se, então, à análise de seu significado na constituição de um cluster turístico.

Um *cluster*, embora constituído por organizações públicas e privadas distribuídas ao longo de um território, não é uma entidade facilmente perceptível. Seu reconhecimento não pode ser facilmente obtido mediante afirmações dos atores, posto que, em função da complexidade e caráter abstrato do conceito, nem sempre estes se mostram capazes de representá-lo verbalmente. É possível, no entanto, mediante a análise das assertivas, constatar que os atores reconhecem o Circuito como uma unidade, o que contribui para sua identificação como um *cluster*.

Com efeito, quanto maior a semelhança entre seus componentes e maior a proximidade entre eles, mais fácil se torna visualizá-los. Dentre as unidades que compõem o Circuito das Águas, ressaltam-se hotéis, restaurantes, balneários, clubes, fazendas, parques, lojas de artesanato, alambiques, malharias, fábricas de doces, engarrafadoras de água mineral, fábricas de sabonete, museus, clínicas de estética, agências de viagens, casas de repouso etc. Mesmo que muitos autores nunca tenham se detido em compará-las, com algum esforço de abstração, conseguirão perceber suas semelhanças e considerá-las como partes funcionalmente integradas num todo.

A cooperação e as parcerias entre os atores sociais também é fundamental para a consciência da existência de *cluster*. Nesse aspecto, papel importante é conferido ao SEBRAE, que é ressaltado nas falas dos atores como importante instituição parceira na capacitação de pessoas para atuar no âmbito do Circuito. Também a atuação dos Conselhos Municipais de Turismo contribui para essa identificação.

Os maiores entraves à cooperação estão, segundo os atores, em nível intermunicipal. Isto porque existiria, ainda, uma forte tendência em cada município para atuar de forma independente. O que se justifica quando se considera que a municipalidade constitui a realidade mais concreta para a maioria das pessoas. A rigor, as pessoas moram e trabalham nos municípios e não no Circuito, que pode se apresentar como uma entidade talvez mais abstrata que os Estados ou a União.

Uma postura que poderia comprometer a constituição do *cluster* turístico, segundo os atores, seria a postura de alguns proprietários de grandes hotéis. Isto porque esses hotéis, em virtude de seus amplos recursos, tornam-se capazes de proporcionar aos turistas, acesso aos próprios balneários, piscinas, lojas, restaurantes, bares, videotecas e, ainda, de promover eventos recreativos e culturais em seu interior. Atuando desta forma, os proprietários desses hotéis estariam

desestimulando os turistas a buscar atrativos fora dos hotéis, comprometendo o desempenho de outros empreendimentos.

A criação do Consórcio Intermunicipal para o Desenvolvimento do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista, em 2004, foi significativa para o fortalecimento do Circuito e, conseqüentemente, do *cluster* turístico. Há que se considerar, no entanto, que a figura dos consórcios intermunicipais é recente na Gestão Pública brasileira. Daí as resistências que se manifestam desde sua criação. Embora seja uma associação civil, o Consórcio é gerido pelos prefeitos da região. Sua identificação com a Gestão Pública é inevitável, contribuindo para a descrença em sua eficácia, sobretudo quando se considera a questão da continuidade administrativa, que é naturalmente afetada pelas eleições municipais. Os atores sociais indicam, no entanto, que o consórcio vem passando por uma progressiva profissionalização, sendo hoje reconhecido como principal interlocutor entre os atores envolvidos no processo de desenvolvimento do Circuito.

A eficácia das ações voltadas ao desenvolvimento do Circuito também são, segundo a percepção dos atores, comprometidas pelo baixo nível de identidade regional dos moradores, bem como pelo insuficiente conhecimento dos atrativos turísticos da região. O fato de algumas cidades não serem estâncias hidrominerais ou de não disporem de pontos turísticos em número significativo seria, portanto, um fator capaz de dificultar a consciência regional.

Também a insuficiente qualificação da mão de obra local empregada em serviços de turismo é reconhecida como sério problema, tanto no setor público quanto no privado. Os atores, com frequência manifestam-se em relação às ações promovidas pelo SEBRAE, que como já foi considerado, vem assumindo papel fundamental no desenvolvimento do Circuito.

A síntese aqui apresentada indica o alcance dos objetivos propostos. Podem, no entanto, serem identificadas várias limitações na realização da presente pesquisa. Há que se considerar, primeiramente, que a eficácia de uma pesquisa de caráter indutivo depende da adequada aplicação do instrumento de pesquisa. Em virtude do conhecimento prévio de importantes teorias relativas à identidade regional, tornou-se difícil a condução de entrevistas com fundamento apenas em questões norteadoras. O problema de “ter lido demais”, frequentemente lembrado pelos pesquisadores etnográficos, representou, de fato, um problema. A existência de categorias previamente definidas acabou por influenciar a emergência dos temas.

Isso não implica necessariamente, um grande prejuízo para estudo do fenômeno, já que as categorias consideradas foram reconhecidas como relevantes pelos teóricos que se dedicaram ao estudo destas questões. Mesmo porque a investigação não se subordinou a uma perspectiva eminentemente fenomenológica que prevê a colocação do mundo “entre parênteses”.

Outra limitação que pode ser considerada foi a não utilização rigorosa dos princípios de codificação propostos pelos criadores da *grounded theory*. A adoção desses procedimentos favoreceria a construção de uma teoria fundamentada, que levaria à emergência de uma categoria central, com a qual todas as outras se relacionariam. Isto exigiria, no entanto, a realização de cada entrevista, seguida de sua transcrição e microanálise, e a realização de entrevistas subsequentes, com a adoção dos mesmos procedimentos. O que exigiria um dispêndio maior de tempo e de outros recursos materiais que não se mostraram disponíveis.

Sugere-se a realização de pesquisas que tenham como objeto a identidade regional em outros *clusters* turísticos. Isto porque nesses *clusters*, provavelmente, mais do que em qualquer outro *cluster* de negócios, a dimensão geográfica se mostra fundamental. Como foi considerado na Introdução deste estudo, num *cluster* turístico, os seus produtos são consumidos na própria região que sedia o *cluster*. Assim, interessa investigar outros *clusters* turísticos - inclusive *clusters* que oferecem outros tipos de produto - com vistas a analisar os condicionantes da identidade regional em seu funcionamento.

Também se sugere a realização de estudos sobre a identidade regional porque, em comparação com outros *clusters* de negócios, os *clusters* turísticos são muito mais afetados pelas ações do Poder Público. As instâncias governativas, notadamente as municipalidades, assumem significativa importância em regiões turísticas, posto que tendem a exercer maior nível de autoridade sobre esses pontos, que muitas vezes são objeto de tombamento ou de regulamentos por dispositivos de proteção sanitária, econômica ou cultural. Os agentes do Poder Público tornam-se, portanto, atores privilegiados nesses *clusters*.

Também se recomenda a realização de pesquisas em outros *clusters* turísticos porque esses, diferentemente de outras modalidades de *clusters* de negócio, sediam-se sempre em regiões turísticas, nas quais as características de região construída tornam-se bastante evidentes. É evidente que, ao se tratar de regiões turísticas, não há como deixar de levar em consideração sua paisagem

natural, que é o aspecto mais importante das regiões, quando entendidas segundo a perspectiva clássica. Num *cluster* como o Circuito das Águas, seu clima, sua orografia e sua hidrografia são elementos essenciais. Estas são características que, se não estiverem presentes na região, certamente o *cluster* não poderá existir. No entanto, é fundamental tratar da identidade regional de seus atores, considerando como a representam e como a distinguem de outras regiões. Também é necessário verificar se esses autores se identificam com a região, se mostram solidariedade para com os outros atores e de fato se empenham em prol de seu desenvolvimento.

Há que se considerar também que muitos dos *clusters* turísticos localizam-se em territórios definidos como Circuitos turísticos, que abrangem diferentes municípios. Esses municípios tendem a se reunir em consórcios intermunicipais, que são instâncias de governança privilegiadas por lei, e que por isso mesmo tendem a assumir importante papel na manutenção e desenvolvimento de *clusters* turísticos.

Tendo em vista a constituição desses consórcios, os *clusters* turísticos tornam-se bastante distintos dos demais *clusters* de negócios. Esses últimos se constituem efetivamente à medida que se estabelecem mecanismos informais de governança. Já nos *clusters* turísticos sediados em territórios unidos por consórcios intermunicipais, a governança tende a se dar tanto mediante mecanismos formais quanto informais. O que passa a requerer dos pesquisadores a consideração de mais atores e de mais aspectos na configuração dos *clusters*.

Em relação à modalidade de pesquisa, recomenda-se que os pesquisadores avancem na construção de teorias substantivas acerca de outros *clusters* turísticos, valendo-se dos procedimentos recomendados para as pesquisas qualitativas, mas que considerem também a possibilidade de utilização de outras modalidades de pesquisa, como os *surveys*, que podem ser úteis para descrever, com precisão, o grau de identificação dos atores com a região, suas expectativas em relação à atuação dos diferentes agentes, bem como a avaliação de seus comportamentos.

REFERÊNCIAS

ADELMAN, C. **Substantive Theory**. In: MILLS, Albert J.; DUREPOS, Gabrielle; WIEBE, Elden. *Encyclopedia of case study research*. London: SAGE, 2010.

ÁGUAS DE LINDÓIA. **Historia. Águas de Lindóia**: AHAL, 2012. Disponível em: <<http://www.aguasdelindoi.com.br/historia.asp>>. Acesso em 15 de nov. de 2012.

ALTENBURG, T.; MEYER-STAMER, J. How to promote *clusters*: policy experiences from Latin America. **World Development**, v. 27, n. 9, p.1693-1713, September, 1999.

ANDRIGHI, F. F.; HOFFMANN, V. E. Redes e cooperação na destinação turística de Urubici/SC. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 1-16, 2010.

AUGÉ, M. **Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1994.

BALLESTEROS, E. R.; RAMIREZ, M. H. Identity and community: reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain, **Tourism Management**, v. 28, n. 3, p. 677-687, 2007.

BAPTISTA, R.; SWANN, G. M. P. Do firms in *clusters* innovate more? **Research Policy**, v. 27, n. 6, 1998, p. 525-540.

BECATTINI, G. Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale. **Rivista di Economia e Política Industriale** v.5, n. 1, p.7-21, 1979.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo, Aleph, 2003.

BILAC, O. **Obra reunida**. (Organizado por Alexei Bueno.) Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1996.

BOISIER, S. Post-Scriptum sobre desenvolvimento regional: modelos reais e modelos mentais. **Planejamento e Políticas Públicas**, Brasília, n. 19, p. 307-43, jun. 1999.

BOJAR, E.; BOJAR, M.; ZMINDA, T. The *clusters* as a factor attracting foreign direct investments in less developed regions. **Journal: Romanian Journal of Regional Science Year**. V. 2 Issue: 1Pages/record, p. 54-67, 2008.

BORBA *et al.* *Clusters* - Organizações para o desenvolvimento regional: análise de um *cluster* turístico para Ouro Preto. - **Revista Pesquisa e Desenvolvimento Engenharia de Produção** n. 3, p. 54-68, Outubro 2004.

BORELLI, F. **O *cluster* turístico como alternativa de desenvolvimento regional na microrregião Polo Caparaó-ES**. Dissertação de Mestrado (Planejamento

Regional e Gestão de Cidades) - Universidade Cândido Mendes – Campos (RJ), 2007.

BORIN, G. A. **O comportamento das organizações atuando em *clusters* de turismo ecológico: a proposta de um Modelo de gestão**. Tese de doutorado (Administração de Empresas) - Fundação Getúlio Vargas - FGV (SP), 2004.

BOTELHO, M. A. S.; BAHIA, P. Q., RIOS, D. P. O efeito do alinhamento estratégico nas relações entre os stakeholders governamentais e empresariais do *cluster* turístico amazonense. In: VI COVIBRA - Congresso Virtual Brasileiro de Administração. **Anais do VI COVIBRA**. São Paulo 2009.

BRASIL. Ministério Do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa De Regionalização Do Turismo - **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 3: Institucionalização da Instância de Governança Regional / Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo**. Departamento De Estruturação, Articulação E Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. 54 p.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral De Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil: Introdução à Regionalização Do Turismo / Ministério do Turismo**. Secretaria Nacional De Políticas De Turismo. Departamento De Estruturação, Articulação E Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007. 69 p.: il

BRASIL. Decreto-Lei nº 7.841, de 8 de agosto de 1945. **Código de Águas minerais**. Disponível em: <<http://www.dnrm.gov.br/conteudo.asp?IDSecao=67&IDPagina=84&IDLegislacao=3>>. Acesso em: 15/ mai./ 2013.

BRUSCO, S. *et al.* The evolution of industrial districts in Emilia-Romagna. In: COSENTINO, F.; PYKE, F.; SENGENBERGER, W. **Local and regional response to global pressure: the case of Italy and its industrial districts**. Geneva, ILO/IILS, 1996.

CAPONE, F. Regional competitiveness in tourist local systems. 44th European **Congress of the European Regional Science Association (ERSA)**, Regions and fiscal federalismo. University of Porto, Portugal, 2004.

CARLINO, G. A. **Knowledge spillovers: cities' role in the New Economy**, *Business Review*, Q4, 2001.

CIDADES PAULISTAS. **Socorro – A cidade**. São Paulo: Portal Cidades Paulistas. Disponível em: <<http://www.cidadespaulistas.com.br/cid/?c=583>>. Acesso em 22 de fev. /2013.

CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA. **Circuito das Águas Paulista**. Sãopaulo.tur.br. Disponível em: <www.circuitodasaguaspaulista.com.br>. Acesso em 16 abr. de 2012.

CIRCUITO DAS ÁGUAS PAULISTA. **Circuito das Águas. Serra Negra**: Circuito das Águas Paulista. Disponível em: <<http://www.circuitodasaguaspaulista.sp.gov.br/o-circuito/>>. Acesso em: 14 abr. 2012.

CIRCUITO TURÍSTICO CAMINHOS GERAIS. Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Sustentável do Circuito Turístico Caminhos Gerais. Poços de Caldas: **Associação do Circuito Turístico Caminhos Gerais**, 2008.

CONNELL, J.; RUGENDYKE, B. Creating an authentic tourist site? The Australian Standing Stones, Glen Innes, **Australian Geographer**, v. 41, n. 1, p. 87-100, 2010.

CORRÊA, Roberto Lobato. Reflexões sobre a dinâmica recente da rede urbana brasileira. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, 9., 2001, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPUR, v.3, p. 424-430, 2001.

CORTIJO, Gemma I. Morales, MOGOLLÓN, José Manuel Hernández. **THE TOURISM STAKEHOLDERS**. Vol. 1 (2011), Proceedings Int. Conference Tourism & Management Studies, 2011.

COSTA, H. A.; COSTA A. C.; MIRANDA JÚNIOR, N. S. Arranjos produtivos locais (APL) no turismo: estudo sobre a Competitividade e o Desenvolvimento Local na Costa dos Corais – AL. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica - FGV**, v. vii, nº 1, Rio de Janeiro, 2012.

COTRIGHT, Joseph. “**Making sense of clusters: regional competitiveness and economic development**”, discussion paper prepared for the Brookings Institution Metropolitan Policy Program, 2006.

CROUCH, C.; FARREL, H. Great Britain: falling through the holes in the network concept. In Crouch, C., Le Galés, P., Trogilia, C. e Voelzkow, H. **Local Production System in Europe Rise or Demise?** Oxford: Oxford University Press: 161: 211, 2001.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. Competitividade e sustentabilidade de um *cluster* de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida de impacto do turismo no desenvolvimento local. **RAC. Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 101-124, 2005.

DIÁRIO OFICIAL da República Federativa do Brasil. Lei nº 2661 de 3 de dezembro de 1955. Rio de Janeiro, 1955. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L2661.htm>. Acesso em 15/mai./ 2013.

DOERINGER, P.; TERKLA, D. Business strategy and cross-industry *cluster*. **Economic Development Quarterly**, v. 9, p. 225-237, 1995.

EISENHARDT, K. M.; GRAEBNER, M. E. Theory building from case studies: Opportunities and challenges. **Academy of Management Journal**, v.50, n. 1, p. 25-32, 2007.

ENRIGHT, M. **Regional clusters and economic development: a research agenda**, In: U. Staber, N. Schaefer e B. Sharma (eds.) **Business Networks: Prospects for Regional Development**, Berlin: Walter de Gruyter, p. 190-213, 1996.

ESTÂNCIA DE SOCORRO. Turismo de compras. Socorro: Estância de Socorro. Disponível em: <<http://www.estanciadesocorro.com.br/turismo/turismocompras.asp>>. Acesso em: 11 ago. 2012.

ESTATUTO DO CONSÓRCIO. Estatuto do Consórcio Intermunicipal para o Desenvolvimento do Polo Turístico do Circuito das Águas Paulista. 2012

ESTEVE SECALL, R. **Los agrupamientos (clusters) turísticos como base analítica de la competitividad de los territorios de orientación turística**. Málaga: Universidad de Málaga, 2002 (Mimeografado).

ETZKOWITZ, H. Innovation in innovation: the triple helix of university industry-government relations, *Social Science Information*, v.42, n. 3, p. 293-337, 2003.

EVERETT, S.; AITCHISON, C. The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England, **Journal of Sustainable Tourism**, v 16, n. 2, 150-167, 2008.

FEGER, J. E., *et al.* Fatores de Competitividade em aglomerados turísticos: um estudo de caso na região Meio Oeste do Estado de Santa Catarina. **V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR)**, 2008.

FESER, E. J. Old and new theories of industry *clusters*, in M. Steiner (ed.) **Clusters specialization: On geography, technology and networks**. London: Pion: p. 18-40, 1998.

FRÉMONT, A. **La région, espace vécu**. Paris: PUF, 1976.

FREEMAN, R. E. Strategic Management: **A stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

FUINI, L. L. Manifestações da governança territorial no Brasil: uma análise do Circuito das Águas Paulista e do Circuito das malhas do sul de Minas Gerais. 2010. 191 f. Tese de Doutorado - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Instituto de Geociências e Ciências Exatas. Rio Claro.

FUNDAÇÃO SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS – SEADE. Perfil Municipal. São Paulo: Fundação SEADE, 2008. Disponível em <<http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/perfilMunEstado.php>>. Acesso em 7 mai. 2013.

GIL, A. C; KLINK, J, J; SANTOS, R. **Gestão para o desenvolvimento da regionalidade**. In: I Seminário Internacional: O desenvolvimento local na Integração, Rio Claro. UNESP, 2004.

GIL, A. C; GARCIA, C. C; KLINK, J. Região, regionalismo, regionalidade. **Cadernos de Pesquisa**. São Caetano, v. 5, n. 9, p. 9-20, 2003.

GILBERT, A. The new regional geography in English and French speaking countries. **Progress in Human Geography**. v. 12, n. 2, 1988.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. A. **The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1967.

GOMES, B. M. A. G.; SILVA, V. J.; SANTOS, A. C. Políticas públicas de turismo: uma análise dos Circuitos Turísticos de Minas Gerais sob a concepção de cluster. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.19, n.2, p. 201-220, 2008.

GUEST, G. **Applied thematic analysis**. Thousand Oaks, California: Sage, 2012.

HAESBAERT, R. Identidades territoriais. In: CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: UERJ, 1999.

HAUGE, Å. L. Identity and Place: A Critical Comparison of Three Identity Theories. Identity and Place: A Critical Comparison of Three Identity Theories: **Architectural Science Review**, v. 50, n. 1, p. 44-51, 2007.

HETTNE, B. **Globalization and the New Regionalism: the second great transformation**. In HETTNE, B; INOTAI, A; SUNKEL, O. (eds.) Globalism and the new regionalism. London: Macmillan, 1999.

HIDALGO, M.; HERNÁNDEZ, B. Place attachment: Conceptual and empirical questions. **Journal of Environmental Psychology**, n. 21, p. 273-281, 2001.

HILL, E.; BRENNAN, J. A methodology for identifying the drivers of industrial clusters: the foundation of regional competitive advantage. **Economic Development Quarterly**. V.14, p. 67-96, 2000.

HOLLIS, M; SMITH, S. **Explaining and understanding international relations**. Oxford:Clarendon Press, 1991.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Cidades@. Rio de Janeiro: IBGE, 2004. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun>>. Acesso em: 14 mai. 2013.

IVARS, J. A. **Planificación Turística de los Espacios Regionales en España**. Madrid: Editorial Síntesis, 2003.

JONES, H. G.; ARCHER, N. A; ROTENBERG E. **Thermal radiation, canopy temperature and evaporation from forest canopies**. In: Mencuccini M, ed.

Forests at the earth atmosphere interface. Farnham Royal: Commonwealth Agricultural Bureaux, 2003.

JUNQUEIRA, R. R.; WADA, E. K. Stakeholders: estratégia organizacional e relacionamento: estudo de casos múltiplos do setor hoteleiro. **Revista Iberoamericana de Estratégia**, v. 10, p. 94-125, 2011.

KOGA, E. S.; WADA, E. K. . Análise dos Stakeholders e gestão dos meios de hospedagem: estudo de casos múltiplos na Vila do Abraão, ilha grande, RJ. **Revista Turismo em Análise**, v. 24, p. 90-118, 2013.

KEATING, M. **The new regionalism in Western Europe**: territorial restructuring and political change. E. Elgar, Cheltenham, 1998.

KETELS, C. "Clusters of Innovation in Europe", in: **Structural Change in Europe 3 – Innovative City and Business Regions**, Bollscheil: Hagbarth Publications. 2003.

KNAFOU, R. Turismo e Território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e Geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: HUCITEC, 1996.

LALLI, M. Urban related identity: Theory, measurement and empirical findings. **Journal of Environmental Psychology**, v. 12, p. 285-303, 1992.

LIMA, R.P.T. **A Cidade racional. Amparo: um projeto urbanístico do "Oitocentos"**. Faculdade de Ciências e Letras Plínio do Amaral e Centro de Pesquisa em História da Arte. UNICAMP: Amparo, Campinas, 1998.

LOW, S.; ALTMAN, I. Place attachment: A conceptual inquiry. In I. Altman & S. M. Low (Orgs.), **Place attachment**, p. 1-12, 1992. Nova Iorque: Plenum Press.

MALMBERG, A.; MASKELL, P. The elusive concept of localization economies. **Environment and Planning**, v.34: p. 429-449, 2002.

MARKUSEN, A. Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts, **Economic Geography**, v. 72, 1996, 293–313.

MARSHALL, A. **Princípios de economia**: tratado introdutório. São Paulo: Abril Cultural, v. I, 1982.

MARTIN R.; SUNLEY, P. Deconstructing *clusters*: chaotic concept or policy panacea? In: **Journal of Economic Geography**, v. 3, n. 1, p. 5-35, Jan. 2003.

MARTINS, H. S., SUCSU, A. B. Modelo de identificação de *clusters* turísticos. **XII SIMPEP - Simpósio de Engenharia de Produção**. Bauru, SP, 2005.

MEDEIROS, L., BRAMWELL, B. Partnership and regional tourism in Brazil, **Annals of Tourism Research**, 4 vol. 24, pp. 1138-1164, 2002.

MOROSINI, P. Industrial *clusters*: knowledge integration and performance, **World Development**, v. 32, n. 2, p. 305-326, 2004.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MYTELKA, L. K.; FARINELLI, F. Local *clusters*, innovation systems and sustained competitiveness. In: **Arranjos e sistemas produtivos locais e as novas políticas de desenvolvimento industrial e tecnológico**. Rio de Janeiro: Instituto de Economia/UFRJ, 2000.

NOGUEIRA, A. A. Metodologia de identificação de *clusters* turísticos: **uma aplicação em municípios litorâneos do Estado de São Paulo**. Dissertação de Mestrado (Administração) - Universidade Paulista - UNIP – (SP), 2009.

OLIVEIRA, J. M. S. R.. **Potencial competitivo de circuito turístico: uma análise da Rota dos Tropeiros no centro-oeste de Minas Gerais**. Tese de doutorado (Administração) – Universidade Federal de Lavras, 2007.

OLIVEIRA, P. F. F.; WADA, E. K. . Stakeholders e apart-hotéis: estudo de casos múltiplos. **Revista Iberoamericana de Estratégia**, v. 11, p. 145-169, 2012.

PAASI, A: **Deconstructing regions**: notes on the scales of human life. *Environment and Planning*. v. 23, p. 239-256, 1991.

PAASI, A. Bounded Spaces in the Mobile World: Deconstructing 'Regional Identity'. **Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie**, v. 93, nº 2, p. 137-148, 2002.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PIRES, G. M. D.; CARVALHO, M. F.; DONAIRE, D. Avaliação de *clusters* turísticos – o caso de Paranapiacaba. **VII ANPTUR- Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo** - Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP, 2010.

PLONER, J. Narrating regional identity in tourism - sketches from the Austrian Danube valley, **Language and Intercultural Communication**, v. 9, n. 1, p. 2-14, 2009.

PORTER, M. E. **The competitive advantage of nations**. New York: Free Press, 1990.

PORTER, M. E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

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.

PORTER, M. E. *Cluster* e competitividade. **H S M Management**, São Paulo, v. 3, n. 15, p. 100-110, jul./ago. 1999.

PORTER, M. E. Nova Era da Estratégia. **HSM Management**. Ed. Especial. São Paulo: mar/abr, 2000, p. 18-28.

PORTUGAL. **Plano estratégico nacional do turismo**. Lisboa: Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento, 2011.

PREVEZER, M. The dynamics of industrial *clustering* in biotechnology. **Small Business Economics** n. 9, p. 255-271, 1997.

PROSHANSKY, H. M.; FABIAN, A. K.; KAMINOFF, R. Place-identity: physical world socialization of the self. **Journal of Environmental Psychology**, v. 3, p. 57-83, 1983.

REDMAN, J. **Understanding state economics through industries studies**. Washington DC: Council of Governor's Policy Advisors, 1994.

RIBEIRO, J. A.; WADA, E. K.; MATOS, F.; TONELOTTO, J. M. de F. Análise dos Stakeholders do turismo de saúde: o segmento é viável no Brasil?. **Turydes (Málaga)**, v. 5, p. 01-17, 2012.

ROELANT, T.; DEN HERTOOG, P. *Cluster* analysis and *cluster*-based policy making in OECD countries: an introduction to the theme, In: **Boosting Innovation: the cluster approach**. Paris: OECD, 1999.

ROMANELLI, E.; KHESSINA, O. M. Regional industrial identify: cluster configurations and economic development. **Organization Science**, v. 16, n. 4, p. 344-358, jul./aug. 2005.

ROSENFELD, S. A. "Bringing business *clusters* into the mainstream of economic development". **European Planning Studies**, v. 5, n.1, p.3-23, 1997.

SANSOLO, Davis Gruber; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**. v. 3, n. 4. ISSN: 1677-6976. p.1-6, 2003.

SANTA RITA, et. al. Competitividade sistêmica e desenvolvimento regional: um estudo do arranjo produtivo local de turismo. In: **IV Simpósio de Excelência em Gestão Tecnológica - SEGET**, Resende/ RJ. 2007.

SANTOS, C. C. T. **Identificando Clusters**. Uma proposta metodológica com aplicação empírica ao sector do turismo. Tese de Mestrado (Economia). Porto: Universidade do Porto, 2007.

SCHMITZ, H. Collective efficiency and increasing returns, **Cambridge Journal of Economics**, v. 23, n. 4, p.465-483, July 1999.

SCHMITZ, H.; NADVI, K. *Clustering and Industrialization: Introduction*. **World Development**, Londres, v. 27, n. 9, p. 1503-1514, 1999.

SILVA, J. A. S. **Turismo, crescimento e desenvolvimento**: uma análise urbano-regional baseada em *cluster*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação; Área de Concentração: Turismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SIMS, R. Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. **Journal of Sustainable Tourism**. v. 17, n. 3, p. 321-336, 2009.

SIRGY M. Joseph. Measuring corporate performance by building on the *stakeholders* model of business ethics. **Journal of Business Ethics** 35 (3):143 – 162. 2002.

SÖLVELL, Ö; LINDQVIST, G.; KETELS, C. The *Cluster Initiative Greenbook*, Stockholm; In: Sölvell, Ö. **Clusters, Balancing Evolutionary and Constructive Forces**, Stockholm:Ivory Tower Publishers, 2008.

SOOVÄLI, H.; PALANG, H.; KÜLVIK, M. The role of rural landscapes in shaping Estonian national identity. In: UNWIN, T. (Ed.), **European Landscapes: From Mountain to Sea Proceedings of the Permanent European Conference for the Study of the Rural Landscape**, London and Aberystwyth, p. 114–121, 2003.

SOUZA, M. L. O território: sobre o espaço e o poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná *et alli* (orgs). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, p. 77-116, 1995.

SOUZA, P. I. A.; NETO, R. M. S. Identificação e caracterização de *clusters* potenciais de turismo o Nordeste: uma análise exploratória a partir de dados da PNAD. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**. V. 2, nº 1, 2008.

STAFUZZA, A. T. **História de Pedreira**. Editora Verso, 1979.

STAKE, R. Case studies. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (eds.).**Handbook of qualitative research**. London: Sage, p. 435-454, 2000.

STOKOLS, D.; SHUMAKER, S. A. People in places: a transactional view of settings. In J. H. Harvey (Ed.). **Cognition, social behavior and the environment**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publishers, 1981.

SWANN, P., PREVEZER, M. **The dynamics of Industrial Clustering International Comparisons in Computing and Biotechnology**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

TAJFEL, H. **Grupos Humanos e Categorias Sociais**, Vol. I e II, Lisboa, Livros Horizonte (tradução portuguesa de: Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology, Cambridge University Press), 1981.

TERLOUW. K. **Rescaling regional identities: communicating thick and thin regional identities**. Studies in Ethnicity and Nationalism for autumn, 2009.

TOLEDO, G. L.; SILVA, A.C. Estratégias competitivas e cooperativas em *clusters* turísticos - um diagnóstico da região dos lagos. In: **VII Seminários de Pesquisa em Administração**, São Paulo, 2004.

TOLEDO, G. L.; VALDÉS, J. A.; POLLERO, A. C. Configuración del turismo en el ambiente globalizado: estudio de casos de *clusters* turísticos. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.13, n. 1, p. 90-104, 2002.

TRINDADE, D. P.; JOÃO, B. N.; CLARO, J. C. S. Vantagem competitiva no turismo regional: Uma análise do turismo na Região Metropolitana da Baixada Santista. In: **XV Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI**, São Paulo, 2012.

TUAN, Y. F. Geografia Humanística. In: Antônio Christofolletti (Org.) **Perspectivas da Geografia**. São Paulo: Difel, 1982.

VAN DEN BERG, L., BRAUN, E.; WINDEN, W. Growth *clusters* in European cities: an integral approach”, **Urban Studies**, v. 38, n. 1, p. 185-205, 2001.

VÄYRYNEN, R. Regionalism: old and new. **International Studies Review**. v. 5, n. 1, p. 25-51, mar. 2003.

VIANNA, S. L. G., HOFFMANN, V. E. Classificação dos municípios catarinenses com base nos indicadores para a formação de um cluster de turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 9, n. 2, 2009.

VIEIRA, S. F. A.; COSTA, B. K. ; CINTRA, R. F. *Stakeholders Analysis: um novo campo de pesquisa no turismo*. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 6, n. 2, p. 147-159, 2012.

VIGNATI, F. **Gestão de Destinos Turísticos**. Rio de Janeiro: SENAC - Rio, 2008.

XAVIER, T. R.; WITTMANN, M. L.; INÁCIO, R, O. Potencialidades para a formação de um *cluster* turístico: um estudo das relações entre os atores da rede de turismo de Ouro Preto/MG. In: **XIII Seminários de Pesquisa em Administração**, São Paulo, 2010.

WEBER, M. **Ensaio sobre a teoria das ciências sociais**. 2 ed. São Paulo: Centauro, 2003

YÁZIGI, E. **A alma do lugar**. São Paulo: Contexto, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZACCARELLI, S. B. **Estratégia e Sucesso nas Empresas**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

ZACCARELLI, *et al.* **Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo: Atlas, 2008.

APÊNDICE 1 - QUESTÕES ESPECÍFICAS DE PESQUISA

TÓPICOS	QUESTÕES ESPECÍFICAS	FONTES DE EVIDÊNCIA
Identidade da região		
<ul style="list-style-type: none"> • Caracterização empírica do <i>cluster</i> 	Quais as características ambientais do <i>cluster</i> ?	Documentos Observação
	Quais as características econômicas do <i>cluster</i> ?	Documentos
	Quais as características socioculturais do <i>cluster</i> ?	Documentos Observação
	Quais as bases institucionais do <i>cluster</i> ?	Documentos
<ul style="list-style-type: none"> • Imagem externa do <i>cluster</i> 	Como o <i>cluster</i> é reconhecido pelos públicos externos?	Documentos Entrevistas com pesquisadores, publicitários, representantes de órgãos de acreditação.
<ul style="list-style-type: none"> • Imagem interna 	Como o <i>cluster</i> é visto pelos atores regionais?	Documentos Observação Entrevistas com proprietários, dirigentes e funcionários de organizações turísticas, agentes do poder público, lideranças locais.

Identidade regional

• Dimensão cognitiva	<p>Os atores reconhecem a existência do <i>cluster</i>?</p> <p>Como o identificam? Como o denominam? Como o delimitam? Como o descrevem? Que aspectos reconhecem como os mais importantes para caracterizar o <i>cluster</i>?</p>	Entrevistas com proprietários, dirigentes e funcionários de organizações turísticas, agentes do poder público.
• Dimensão afetiva	<p>Os atores se sentem participantes do <i>cluster</i>?</p> <p>Os atores manifestam satisfação em pertencer ao <i>cluster</i>?</p> <p>Os atores manifestam interesse em continuar atuando no <i>cluster</i>?</p> <p>Mostram-se solidários em relação aos demais integrantes do <i>cluster</i>?</p> <p>Como esses atores se sentiriam se por alguma razão tivessem que se afastar do <i>cluster</i>?</p>	
• Dimensão conativa	<p>Os atores desenvolvem atualmente alguma ação em prol do <i>cluster</i>?</p> <p>Já o fizeram no passado? Pretendem fazer no futuro? Participam (ou já participaram) de alguma entidade relacionada ao <i>cluster</i>?</p> <p>Participam (ou já participaram) de algum movimento relacionado ao <i>cluster</i>?</p> <p>Já formularam algum projeto ou desenvolveram alguma ideia que poderia beneficiar o <i>cluster</i>?</p>	

APÊNDICE 2 - Relação dos atores sociais entrevistados no Circuito das Águas Paulista

	NOME	CARGO	MUNICÍPIO
1	Amanda Villela Menezes	Empresária comerciante de roupas	Pedreira
2	Ana Helena Pelliser Alvarez	Diretora de turismo	Lindóia
3	Ângelo Gabriel de Souza	Proprietário de fábrica de móveis	Amparo
4	Antônio Geraldo Costa	Proprietário de papelaria	Socorro
5	Antônio Henrique Corsi	Diretor de esportes e recreação	Águas de Lindóia
6	Bruno Tardelli	Microempresário e vereador municipal	Lindóia
7	Caio Mariano de Moraes	Proprietário da pousada Fazenda Morro Pelado	Águas de Lindóia
8	Dayane Fastrone	Gestora do Parque dos Macaquinhos	Serra Negra
9	Deise Formagio Cavazan	Administradora de turismo	Socorro
10	Edson Rodrigo de Oliveira Cunha	Gestor do Consórcio Intermunicipal de Turismo do Circuito das Águas	Serra Negra
11	Eduardo Perini	Assessor de turismo	Lindóia
12	Eliahou Kogan	Empresário publicitário	Serra Negra
13	Eliana dos Reis de Assis Medeiros	Proprietária de fábrica e lojas de roupas	Socorro
14	Elizandra Bueno de Godoy	Gestora da Associação Comercial e Empresarial	Socorro
15	Flávia Balderi	Gestora da Associação Copaíba	Socorro
16	Francisco Santos Junior	Gerente do hotel Chalé da Montanha	Serra Negra
17	Frederico Fissore Dahmer	Gestor do hotel Recanto das Cachoeiras	Socorro
18	Giuliana Pellattiero de Godoy	Assessora do departamento de Cultura	Águas de Lindóia
19	Heloisa Granjeiro	Proprietária de escola de dança	Pedreira
20	Jéssyka Oliveira	Gestora do Parque dos Macaquinhos	Serra Negra
21	João Gabriel Tannus Giacometti	Biólogo, Educador Ambiental	Socorro
22	José Diogo Souza	Gestor financeiro da prefeitura	Lindóia
23	José Luiz Gomes Machado	Secretário do COMTUR; Presidente da Associação comercial, industrial e agrícola.	Serra Negra
24	Leonardo Henrique Cirino	Assessor de Gabinete	Pedreira
25	Luís Gonzaga Truzzi	Proprietário da Pousada da Fazenda	Monte Alegre do Sul
26	Marcia Josele Hosri Faria Coelho	Diretora de turismo	Jaguariúna
27	Marcos Ronaldo Tonelotti	Diretor executivo do CDL	Pedreira

28	Maria Clara Alves	Secretaria de Turismo	Pedreira
29	Maria Lourdes Oliveira Ventura	Comerciante de loja de roupas	Amparo
30	Mayla Silveira	Consultora em marketing digital para turismo e hotelaria	Águas de Lindóia
31	Miriam Tozzi	Neta do fundador de Águas de Lindóia e presidente da Associação cultural Arte das Águas	Águas de Lindóia
32	Oswaldo Neto	Policial	Amparo
33	Paulo Tostes	Gerente Administrativo da Associação Comercial	Pedreira
34	Poliana Brolezi David	Gestora do hotel Shalom e do hotel Opala	Águas de Lindóia
35	Renald Franco	Consultor Contábil	Monte Alegre do Sul
36	Ricardo Moncorvo	Engenheiro agrônomo	Amparo
37	Roberto Pastana Teixeira Lima	Historiador da região	Amparo
38	Rosemeire Ribeiro Villas Boas	Comerciante de loja de equipamentos digitais	Socorro
39	Sebastião Ginghini	Proprietário do Parque Monjolinho	Socorro
40	Silvio Oliveira Suniga	Comerciante de bebidas	Jaguariúna
41	Silvio Rossetti	Proprietário de agência de turismo Planeta	Pedreira
42	Sylvio Campos	Diretor de Turismo	Amparo
43	Valéria Tozzi	Empresária e Comerciante de sabonetes	Águas de Lindóia
44	Vera Lucia Campos	Diretora de turismo de Monte Alegre do Sul e diretora de eventos do Consórcio do Circuito das Águas	Monte Alegre do Sul