

Mecanismos de cooperação e governança da Rota Romântica-RS¹.

Mecanismos de cooperación y gobernanza de la Ruta Romántica

RODRIGUES, Taiane Motta²

XAVIER, Thiago Reis³

Resumo: Este estudo tem como objetivo descrever a estrutura de governança da Rota Romântica do Rio Grande do Sul. A Rota Romântica é um roteiro localizado nas regiões do Vale dos Sinos, Serra Gaúcha e região das Hortênsias do estado, composto por 14 municípios que tem como principal elo de ligação, a colonização alemã. O trabalho visa contribuir para os estudos sobre governança em destinos turísticos. Para este estudo, utilizou-se uma pesquisa qualitativa com a estratégia de estudo de caso. Nesse sentido, foi realizada uma entrevista com a diretoria da Associação Rota Romântica (ARR) contendo trinta e três perguntas dissertativas. Com isso, foi possível identificar que a Rota Romântica é um projeto que está dando certo até hoje, devido a organização e cooperação entre a diretoria e os municípios participantes. Por fim aconselha-se, uma nova pesquisa contendo resultados de entrevistas realizadas também com os gestores de turismo dos municípios participantes da rota, assim enriquecendo ainda mais a pesquisa.

Palavras-chave: *Cluster* Turístico, Governança, Rota Romântica/RS.

Resumen: Este estudio tiene como objetivo describir la estructura de gobernanza de la Ruta Romántica de Rio Grande do Sul. La ruta romántica es un itinerario ubicado en las regiones del valle de los Sinos, sierra gaucha y región de las hortensias del estado, compuesto por 14 municipios que tiene como principal eslabón de conexión, la colonización alemana. Para ello, utilizó una investigación cualitativa con la estrategia de estudio de caso. En ese sentido, se realizó una entrevista con la dirección de la Asociación Rota Romántica conteniendo treinta y tres preguntas disertivas. Con eso, fue posible identificar que la Ruta Romántica es un proyecto que está funcionando hasta hoy, debido a la organización y cooperación entre la dirección y los municipios participantes. Por último se aconseja, una nueva investigación que contiene resultados de entrevistas realizadas también con los gestores de turismo de los municipios participantes de la ruta, así enriqueciendo aún más la investigación.

Palabras-clave: Clúster Turístico, Gobernanza, Ruta Romántica.

1. Introdução

¹ Trabalho apresentado para a conclusão da Especialização em Gestão Estratégica em Turismo da Universidade Federal do Pampa (campus Jaguarão).

² Graduada em Tecnologia em Gestão de Turismo na Universidade Federal de Santa Maria e Pós-graduanda em Gestão Estratégica em Turismo na Universidade Federal do Pampa. (taianemotta.rodrigues@gmail.com). Entregue em 20 de agosto de 2018.

³ Professor orientador – Doutor em Administração _PPGA/UFSM.

Em um destino turístico, as pequenas empresas, tendem a ter ganhos maiores, quando participam de ações cooperadas, do que as empresas que preferem trabalhar isoladamente, porém mesmo trabalhando de forma cooperada existe a competição entre as empresas (MOTTIAR e TUCKER, 2007).

Essas ações cooperadas são desenvolvidas no novo modelo de gestão de redes, a gestão organizacional que é uma forma de coordenação por sistemas informais, que facilita interações, comunicações e troca de experiências entre os participantes, assim alcançando os objetivos em comum (CRUZ, MARTINS, QUANDT, 2008).

Conforme Teixeira e Teixeira (2011), a governança de redes está sendo bastante utilizada “para coordenar o relacionamento interorganizacional caracterizado por mecanismos sociais informais em sistemas produtivos complexos inseridos em ambientes de competitividade e incertezas”.

Baseado nesses argumentos, este estudo tem como objetivo: descrever a estrutura de governança da Rota Romântica do Rio Grande do Sul.

Assim, esse estudo se faz relevante à modalidade de turismo e para os integrantes da Rota Romântica. Pois, através dessa pesquisa foi possível identificar as ações de cooperação que fazem com que o projeto seja desenvolvido.

Por outro lado, o trabalho demonstra-se particularmente importante à acadêmica por possibilitar o aprofundamento dos seus conhecimentos na área de governança em destinos turísticos e também sobre o funcionamento da Rota Romântica.

2. Referencial Teórico

Este capítulo contempla a base teórica para o desenvolvimento do tema proposto. Está organizado em três seções, divididos nos assuntos: *Clusters* turísticos e redes, Governança e turismo e Rota Romântica.

2.1 *Clusters* turísticos e redes

Os *clusters* turísticos envolvem empresas e organizações, agentes e atores sociais que se assemelham por se situar na mesma região, assumindo a forma de aglomerados. Além disso, os produtos dos *clusters* turísticos são consumidos na

própria região que os abriga. E, é devido à existência de *cluster* que o setor de turismo aperfeiçoa sua competência tecnológica, aprimora sua capacidade de lidar com agentes governamentais e se torna mais visível (SOUZA e GIL, 2014).

Schmitz (1999) evidencia que os aglomerados incentivam a prática econômica por meio de ações conjuntas, que materializam os resultados do trabalho em rede. O mesmo afirma que as ações de cooperação desenvolvidas nas aglomerações favorecem às negociações de “ganha-ganha”, ou seja, os envolvidos se unem para alcançar metas em comum, gerando ganhos iguais para todos. Para Tomazi (2006), a competitividade do turismo inicia a partir de aglomerados e em processos baseados na interdependência, relação, parcerias e interações entre seus membros.

Seguindo essa visão, Costa, Costa e Miranda (2012) entendem o destino turístico como uma aglomeração territorial, no qual os elementos que embasam sua formação e de *clusters* são aplicáveis ao turismo. Dessa forma, a partir desse preceito, adotou-se neste trabalho, utilizar o conceito de *cluster*.

Entre os benefícios que a cooperação entre as empresas de um *cluster* pode gerar, Ferreira *et al.* (2011, p.523) citam:

“funções como logística de distribuição, tecnologia de gestão, produção logística de distribuição, produção, logística de aquisições, P&D e marca”, além de “ofertar produto que se beneficia de todos esses passos, obtendo um alto valor agregado e adequado às necessidades do mercado” (ibid).

De forma complementar, Cunha e Cunha (2005) argumentam que os *clusters* e o turismo possuem o foco direcionado para o estudo das aglomerações, suas complementaridades, possibilidades de cooperação e de formação de redes entre os agentes. Considerando este argumento dos autores, visando uma definição conceitual, aponta-se para a percepção de Beni (2003, p.74) sobre *clusters* turísticos:

(...) conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado num espaço geográfico delimitado dotado de equipamentos e serviços de qualidade, de eficiência coletiva, de coesão social e política, de articulação da cadeia produtiva e de cultura associativa, e com excelência gerencial em redes de empresas que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas.

Para Vianna e Hoffmann (2009, p.5) um *cluster* de turismo é como “um

conjunto de atrativos de apelo turístico diferenciado, encontrado em espaço limitado geograficamente, no qual se percebem infraestrutura e serviços qualificados”. Já, Thomazzi (2006) o entende como agrupamento de empresas e recursos materiais e imateriais que desenvolvem atividades relacionadas ao turismo.

Segundo Beni (2007), a estrutura de *cluster* turístico conduz a geração de vantagens competitivas, ao permitir que haja coesão social e política, articulação de uma cadeia produtiva e uma cultura baseada no associativismo.

Paralelamente, Cunha e Cunha (2005) apresentam o seguinte conjunto de elementos básicos componentes da estrutura interna de um *cluster* turístico: (a) conjunto de atrações turísticas; (b) concentração de empresas de serviços turísticos (restaurantes, meios de hospedagem, serviços de transporte, artesanatos e agências de viagens); (c) setores de apoio à prestação de serviços; (d) infraestrutura apropriada e de baixo custo (estradas, energia, saneamento e serviços de saúde); (e) empresas ou instituições que forneçam qualificações especializadas, informações ou capital financeiro; (f) agentes internos organizados; e (g) agências governamentais e outros órgãos reguladores.

Conforme o conjunto de elementos apresentado por Cunha e Cunha (2005), apresenta-se a Figura 1, para representar um *cluster* de turismo:

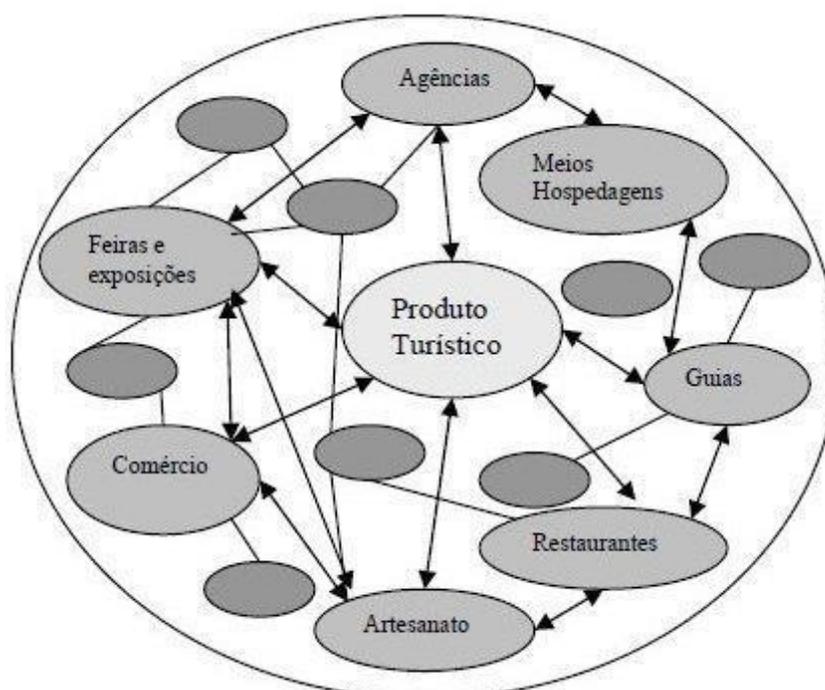


Figura 1: Representação de um *Cluster* Turístico
Fonte: Cunha e Cunha (2005, p.6).

A partir dos componentes apresentados por Cunha e Cunha (2005, p.5), que

associam a representação de *cluster* turístico (Figura 1) a um conjunto de empresas e instituições espacialmente concentradas e vinculadas a um produto turístico, que juntas estabelecem “relações verticais (dentro da cadeia produtiva do turismo) e horizontais (envolvendo o intercâmbio de fatores, competências e informações entre agentes similares vinculados a oferta do produto turístico)”.

Rodrigues (2001, p.307) caracteriza às relações verticais e horizontais existentes em um *cluster* turístico, como:

- Horizontal: alianças estratégicas, cujos acordos podem ser entre empresas que se dedicam à mesma atividade principal ou entre aquelas que se dedicam em satisfazer ao mesmo grupo de clientes, mas proporcionando-lhes diferentes componentes do produto.
- Vertical: ocorre em uma relação unilateral fornecedor - cliente, de tal forma que as atividades acordadas são realizadas por uma das partes, que cede a sua produção a outra em troca de uma contrapartida.

Segundo Garrido (2002), a organização produtiva em formato de rede interorganizacional é a mais apropriada para se compreender um *cluster* turístico. Os autores Donaire, Silva e Gaspar (2009) salientam ainda, que essa forma permite a flexibilização e a interação requeridas ao turismo, que necessita se conectar com muitos outros setores econômicos e diferentes centros emissores.

As redes surgem quando um grupo de atores diferentes têm um propósito comum e com isso iniciam uma ação conjunta (XAVIER, 2016). A Figura 2 representa os preceitos de relações que caracterizam uma rede de turismo:

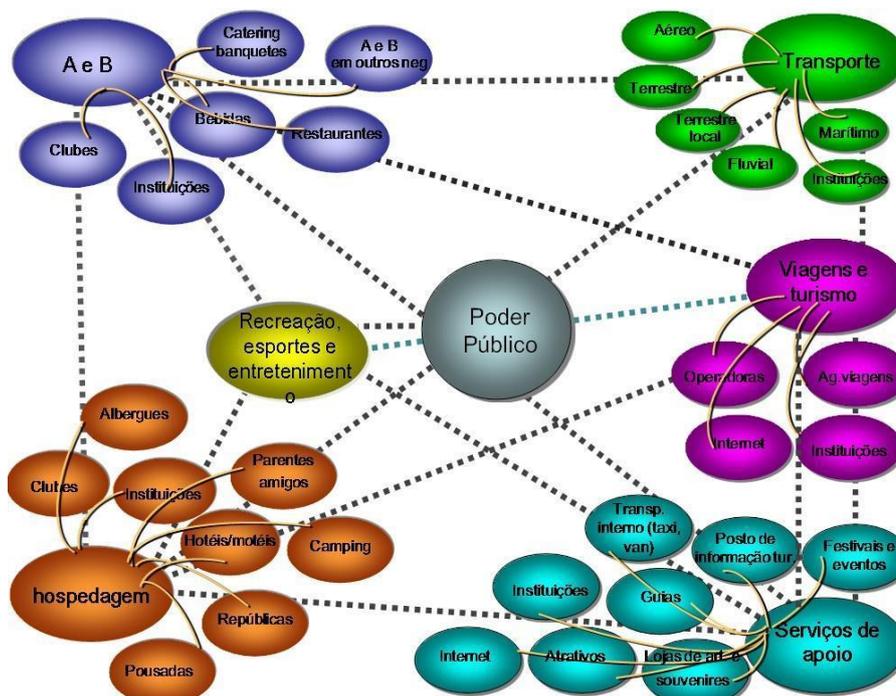


Figura 2: Rede de atores do turismo.
 Fonte: Xavier (2016), adaptado de Chon (2003).

Ao observar as relações apresentadas na Figura 2 é visível a interdependência entre diversos bens e serviços que compõem um produto turístico (alimentos & bebidas, transportes, viagens e turismo, serviços de apoio, atrativo e poder público). Com esse inter-relacionamento destaca-se as redes interorganizacionais que caracterizam o setor (NOVELLI, SCHMITZ e SPENGER, 2006) e a necessidade de uma governança como forma de organizar as relações entre os atores envolvidos, para que estes tenham interesses e objetivos coletivos (XAVIER, 2016).

2.2 Governança e Turismo

A governança aborda mecanismos regulatórios e de tomada de decisão adotados para “garantir os interesses dos membros e assegurar que as normas estabelecidas sejam cumpridas tanto pelos gestores quanto pelos participantes” (WEGNER, 2012, p.217).

No sistema de governança as decisões devem ser tomadas em conjunto, devido ao engajamento participativo de todos os envolvidos (VILLELA E PINTO, 2009, p.1075). Para Albers (2010), trata-se de um sistema independente, criado pelos participantes da rede, mas que não implica no sistema individual dos

integrantes.

Conforme Roth, Wegner, Júnior e Padula (2010), cabe a diretoria da governança, constituir normas, regras e limites de funcionamento da rede, e à gestão a prática de atos gerenciais. Dentro desses limites, os gestores têm liberdade para usar seus conhecimentos e habilidades a fim de alcançar os objetivos proposto pela governança.

De forma complementar, os autores Cassiolato e Lastres (2001) afirmam que governança baseia-se em práticas democráticas de intervenção e participação de diferentes atores no processo decisório, incluindo empresas públicas e privadas, cidadãos e trabalhadores, consultores, centros de desenvolvimento tecnológico e institutos de P&D.

Rodrigues e Malo (2006, p. 32) evidenciam que a governança pode ser vista como “poder partilhado ou ação coletiva gerenciada, sendo particularmente pertinente para tratar organizações de natureza cooperativa, democrática e associativa”.

A governança é identificada por Villela e Pinto (2009, p. 1075), como:

(...) a prática de uma gestão compartilhada de processos decisórios que conduz, a partir do consenso, às deliberações de uma dada rede, objetivando articular e facilitar ações do projeto de desenvolvimento traçado pelos próprios participantes. Assim, as decisões devem ser tomadas em conjunto, devido ao engajamento participativo de todos os envolvidos, sejam eles representantes do Estado, da sociedade civil e/ou das empresas.

Por último, o autor Theurl (2005) alerta para a importância da governança como responsável por manter a calma e equilíbrio em situações onde há interesses divergentes ou informações diferentes entre os participantes. Sendo necessário estabelecer regras e normas para que haja cooperação.

3. Rota Romântica

A Rota Romântica do Rio Grande do Sul está localizada entre a planície do Rio dos Sinos até o Planalto da Serra Gaúcha, a 40 km da capital Porto Alegre. O projeto Rota Romântica teve início no final ano de 1994, quando aconteceram as primeiras reuniões entre os representantes de alguns municípios que pretendiam ser

integrantes do projeto futuramente. Este projeto foi inspirado no roteiro homônimo localizado na Alemanha, o Projeto Rota Romântica no Rio Grande do Sul, teve como ideia inicial, a formação de uma rota turística com cidades de colonização alemã, são elas, São Leopoldo, Novo Hamburgo, Ivoti, Dois Irmãos, Morro Reuter, Presidente Lucena, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula. A partir do dia 5 de março de 1997 houve a inclusão de mais dois municípios, Estância Velha e Santa Maria do Herval, totalizando 13 municípios integrantes da rota (ROTA ROMÂNTICA, 2018). A Rota Romântica, conforme Cândido e Zottis (2007) integra o conjunto de atrativos divulgados no Estado do Rio Grande do Sul.

Hass (2006) explica que o projeto Rota Romântica foi criado a partir de uma pesquisa de natureza técnico-científica do Curso de Turismo da PUCRS, uma prática pedagógica que experienciou uma metodologia de inventariação turística aplicada nos municípios que se estendiam ao longo da estrada eixo do apontamento imigratório de origem alemã. A autora ainda relata que este projeto foi aprovado pelas comunidades locais e pelo governo estadual, passando a ser um roteiro turístico, nas propostas oficiais, recebendo um grande número de visitantes.

Em 19 de novembro de 1997 a Associação dos municípios da Rota Romântica passou a existir de fato e de direito com registro em cartório do primeiro estatuto e a inscrição como pessoa jurídica. No dia 25 de maio de 2012 o município de Linha Nova foi integrado oficialmente na Rota Romântica, totalizando assim 14 municípios participantes da rota.

Segundo Silva (2011), o objetivo da Rota Romântica é ampliar o fluxo turístico do estado, aumentando a capacidade de bens e serviços prestados, acrescentando novos produtos com qualidade e gerando satisfação nos turistas por poderem vivenciar a história e cultura da região.

Atualmente a sede da Rota Romântica está localizada na Torre Medieval em Nova Petrópolis, junto com a Central de Informações Turísticas da cidade, situa-se na avenida 15 de novembro, número 100, Bairro Centro, “organiza-se em torno de uma diretoria executiva, composta por um presidente, um vice-presidente, administrativo, secretaria e tesouraria” (KOPPER, 2013). O Marco Zero da Rota Romântica está localizado na cidade de São Leopoldo às margens da rodovia BR 116, próximo da estação rodoviária.

A Figura 3 mostra o mapa da Rota Romântica com 14 municípios, atualmente:



Figura 3: Mapa da Rota Romântica

Fonte: site oficial da Rota Romântica - RS < link: <http://www.rotaromantica.com.br/mapas.htm> >.

A marca da Rota Romântica é a folha de plátano devido, às árvores que circundam a maior parte dos duzentos quilômetros de rodovias da Rota Romântica, isso é possível notar na figura 4.

trabalhos de conclusões, entre outros. Os textos são as fontes dos temas a serem pesquisados, destes também são usados dados já trabalhados por outro autor.

Este artigo tem abordagem qualitativa, aplicada na área das ciências sociais quando se busca percepções e entendimento sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação (SEVERINO, 2007).

Adotou como estratégia um estudo de caso, que na visão de Yin (2005) possibilita compreender fenômenos sociais complicados a partir de uma investigação que preserve as características abrangentes e significativas dos acontecimentos da vida real. Já Severino (2007), defende que, o estudo deve ser significativo e bem representativo, deve ser apto a fundamentar uma generalização para situações análogas, autorizando inferências. Os dados devem ser coletados registrados com o necessário rigor e seguindo todos os procedimentos da pesquisa.

Os dados desta pesquisa foram buscados através de entrevista com a Vice-Presidente da diretoria da Associação Rota Romântica (ARR), que ocupa o cargo a 6 anos. Sua formação é Mestre em Turismo, atuando como professora na Universidade da PUC situada em Porto Alegre/RS. A ela foram feitas 33 perguntas relacionadas sobre contexto histórico e cultural, os atores locais, à formalização, à estrutura e existência de normas e regras, interações e parcerias, sobre a capacidade do destino, à existência de pontes entre destinos, relacionadas ao poder, à confiança, ao conflito, ao interesse, à transparência e prestação de contas e por fim relacionadas às compensações obtidas.

A análise de conteúdo tem por objetivo identificar o que foi relatado sobre o tema em estudo. Esse método de análise também possibilitou definir um conjunto de elementos, que através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, geraram indicadores que permitiram a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção destas mensagens (BARDIN, 1977). A entrevista foi codificada para identificar os elementos considerados na elaboração do roteiro de entrevista.

5. Análise e discussão dos resultados

O projeto Rota Romântica foi pensado a partir dos inventários turísticos feitos pelos alunos do curso de Turismo da PUCRS, verificaram que há um corredor, onde muitas pessoas passavam com o propósito de ir da cidade de Porto Alegre para

Gramado. Com isso, observaram que esse corredor não era utilizado, então resolveram aproveitar os atrativos naturais já existentes e aperfeiçoá-los.

A Vice-presidente da diretoria da rota relata que depois de algumas reuniões, começaram a pensar o que poderia reunir os integrantes da Rota Romântica, então decidiram usar como “elo” de ligação a colonização alemã, que iniciou em São Leopoldo (berço da colonização alemã) e chegaram até Gramado e Canela, já São Francisco de Paula não teve essa colonização, porém fazia parte da região das hortênsias, como nesse projeto os municípios já estavam integrados, foi decidido que São Francisco de Paula faria parte da rota. Foram feitas mais reuniões e ficou acordado que São Leopoldo é o Marco Zero (início) da Rota Romântica e a mesma termina em São Francisco. Desde a criação da rota os municípios começaram a trabalhar em conjunto com objetivos em comum.

O símbolo da Rota Romântica é a folha de plátano, porque a ideia desde o início do projeto é que a natureza seja a referência de que o turista está chegando na rota.

A estrutura administrativa é composta de uma diretoria e uma secretária executiva. O líder da Rota é a diretoria que organiza a relação e faz a ligação entre todos os envolvidos.

A rota iniciou com 11 municípios e atualmente são 14 municípios que compõem esse roteiro. Para um novo município fazer parte do roteiro é preciso atender alguns pré-conceitos como, por exemplo, localização geográfica, etnia, cultura, etc.

No que diz questão aos locais de iniciativa privada, a entrevistada diz que todos são tratados de forma igual, alguns fazem parte como associados, mas não há extinção de tratamento. Todos os locais têm o mesmo nível hierárquico dentro da Associação da Rota Romântica. É importante ressaltar que a diretoria da Rota tem relação direta com todos os sindicatos dos municípios integrantes da mesma, nenhum sindicato é filiado, mas trabalham em parceria.

Sobre os contratos, a respondente relata que não há nenhum tipo de contrato com os agentes que a rota se relaciona, quando há algum objetivo a atingir a partir de um planejamento chamam somente às pessoas que são necessárias para atingir o objetivo. Só há contrato quando é alguma prestação de serviço de uma empresa e assim que essa terminar o serviço assina-se o término do contrato. A associação

não tem relacionamentos informais, o que acontece, às vezes, é alguma indicação ou sugestão de contato que a diretoria passa para os municípios.

O processo de tomada de decisões dentro da Rota Romântica é feito nas reuniões que acontecem geralmente duas vezes ao mês e quando necessário marcam mais reuniões, todos os envolvidos têm o mesmo direito de escolher e opinar, a decisão é feita por fórum, ou seja, o que a maioria dos prefeitos e/ou gestores de turismo municipais escolherem será feito. Algumas vezes a diretoria faz um planejamento e apresenta-o nas reuniões como uma sugestão, mas é a partir da opinião de todos que será colocado em prática ou não diz a entrevistada.

Durante a entrevista foi relatado que os associados contribuem financeiramente com a rota, o valor que contribuem depende do número de habitantes do município, então é sugerido um valor a ser pago e o associado escolhe se está de acordo com o valor ou tem outra sugestão, essa contribuição é anual. A rota romântica funciona com o valor monetário vindo dos associados, às parcerias existentes são com às folheterias que contribuem com os folders de divulgação.

Os requisitos para adesão de novos municípios são a aproximação geográfica, a etnia, além disso, é levado para os prefeitos decidirem em grupo se aceitam a entrada de mais um integrante na rota e também é considerado os motivos e interesses que o município tem para entrar na associação.

A formulação de planos e estratégias são feitos pela Diretoria junto com os secretários de turismo e é colocado em prática a partir do aceite de todos. Além disso, na entrevista foi falado que o diálogo com a comunidade local é transparente, sempre que algum morador tem alguma dúvida, ele pode ir até a sede da rota para esclarecer e se necessário pode participar das reuniões junto com a diretoria.

Os municípios trocam experiências entre si quando é de interesse em comum. Os mesmos são responsáveis pela manutenção das estradas e dos atrativos turísticos e tem o dever de mantê-los funcionando.

A vice-presidente explicou que não há conflitos entre os participantes porque o planejamento é feito em conjunto com todos estando de acordo. Quando há existência de interesses divergentes, acontece uma votação entre todos para que fique tudo esclarecido.

A diretoria da rota recebe muitos convites para palestrar em outros destinos e também recebe diretorias de outros destinos para trocarem experiências, a vice-

presidente relatou que: “no Rio Grande do Sul há muitas rotas, porém há poucas que funcionam, a Rota Romântica é uma das poucas que funciona bem”.

Por fim a entrevistada relatou que no final de cada ano a diretoria faz uma reunião e jantar com todos os envolvidos na associação, para fazer a prestação de contas de todas as atividades realizadas e o valor que foi investido. E também acontece uma reunião no início de cada ano para a apresentação do planejamento anual das atividades que serão realizadas pela Associação da Rota Romântica.

6. Considerações Finais

De acordo com a entrevista realizada conclui-se que, a Rota Romântica é um modelo de governança de destino turístico bem desenvolvido e estruturado.

Então respondendo ao objetivo proposto neste trabalho, a governança é executada pela diretoria (presidente, vice-presidente e uma secretaria executiva), estes realizam as atividades de forma aberta e transparente tanto para os associados, quanto para os atores e para a comunidade local, todos têm liberdade para expressar suas opiniões, as decisões são feitas a partir do objetivo em comum entre os participantes.

Um ponto negativo nesse sistema de governança é que a diretoria não tem nenhum contrato assinado pelos representantes dos municípios participantes, estes fazem parte da rota de maneira informal, pois não há um documento que esteja assinado comprovando sua participação. Só são feitos contratos com empresas prestadoras de serviços em eventos que a diretoria da Rota organiza.

É possível perceber durante o roteiro de entrevista que, existe a cooperação entre os participantes da Associação Rota Romântica (ARR), começando pela organização e qualidade das estradas, dos atrativos e dos locais, ambos seguem um mesmo padrão. Além disso, os materiais de divulgação e propaganda são completos, ricos em informações, tanto os materiais da Rota Romântica que inclui os 14 municípios, quanto os materiais individuais de cada um dos participantes. Em contrapartida, mesmo que todos os municípios mantenham um padrão, é visível que alguns municípios investem mais no turismo do que outros, isso é notado nos atrativos turísticos.

Essa pesquisa contribui para os estudos sobre governança de destinos turísticos e a cooperação entre os atores envolvidos. Este trabalho confirma que

quando municípios se unem em prol de uma ou mais atividades em comum, o desenvolvimento é maior e mais rápido do que individualmente.

Esse trabalho teve limitação de uma entrevista devido ao pouco tempo hábil da autora. A entrevista foi realizada somente com a vice-presidente da associação porque o presidente não tinha agenda livre para participar junto com a vice. Sugere-se a continuação desse trabalho realizando entrevistas com pelo menos um representante de cada município que compõem a rota, podendo assim fazer comparações entre a visão de cada um sobre o tema cooperação na governança.

7. Referências

ASSOCIAÇÃO, **Rota Romântica do Rio Grande do Sul**, <http://www.rotaromantica.com.br/contato.asp> <acessado em 16 de agosto de 2018>

ALBERS, S. Configurations of alliance governance Systems. **Schmalenbach Business Review**, n.62, p.204-233, 2010.

BENI, M. C. **Clusters e desenvolvimento sustentável do turismo**. In: Comércio Exterior Informe BB, 69 ed., ano 15. Brasília: Banco do Brasil, 2007.

BENI, M. C. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 1 ed. São Paulo: Aleph, 2003

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H. M. M. **Aglomerações, cadeias, e sistemas produtivos e de inovação**. Brasília: IEL, 2001. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/gei/gil>>.

COSTA, H. A.; COSTA A. C.; MIRANDA JÚNIOR, N. S. Arranjos produtivos locais (APL) no turismo: estudo sobre Competitividade e o Desenvolvimento Local na Costa dos Corais - AL. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica - FGV**, v. vii, nº1, Rio de Janeiro, 2012.

CRUZ, J. A. W.; MARTINS, T.S.; QUANDT, C. O. **Redes de cooperação: um enfoque de governança**. Revista Alcance – Eletrônica, v.15, nº 02 – ISSN 1983-716X, UNIVALI, P.190-208 mai/ago. 2008.

CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. **Revista de Administração Contemporânea**, v9, n.spe2,p.63-79, 2005.

DONAIRE, D.; SILVA, M. P.; GASPAR, M. A. A rede de negócios do turismo: um estudo sobre suas características e implicações estratégicas. **Turismo Visão e Ação**. v.11, n.1, p.112-134, jan/abr.2009.

FERREIRA, M. T. S. et al. Análise do desenvolvimento de arranjos produtivos locais (APLs): um estudo de caso do município de Paraty (RJ). **Revista de Administração Pública**, v.45, n.2, p.517-29, mar/abr 2011.

GARRIDO, I. M. D. A. **Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, clusters e redes**. Salvador: Secretaria da cultura e turismo, 2002.

HASS, T. M. K. **Rota Romântica, Turismo e Etnicidade**. https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT07-14.pdf <acessado em 18/08/2018 às 18:30>

KOPPER, M. **Pelos Caminhos da Rota Romântica: etnografia da constituição de um roteiro turístico no sul do Brasil**. Artigos. Campos 14(1-2):217-241, 2013.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas S. A., 2011.

MOTTIAR, Z.; TUCKER, H. **Webs of Power: multiple ownership in tourism destinations**. Current issues in tourism, v. 10, n. 4, p. 279-817, 2007.

NOVELLI, M; SCHMITZ, B; SPENCER, T. **Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience**. Tourism Management, v.27, p.1141–1152, 2006.

PORTO, P. P.; DHEIN, C. E. **O Patrimônio de Imigração Alemã na Rota Romântica - RS. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Caxias do Sul, 2012.

RODRIGUES, A. L.; MALO, M. C. **Estruturas de governança e empreendedorismo coletivo: o caso dos doutores da alegria**. Revista de Administração Contemporânea, v.10, n.3, p. 29-50, 2006.

ROTH, A. L.; WEGNER, D.; JÚNIOR, J. A. V. A; PADULA, A. D. Diferenças e inter-relações dos conceitos de governança e gestão de redes horizontais de empresas: contribuições para o campo de estudos. **Revista Administração – R.Adm.**, São Paulo, v. 47, n.1, p.112-123, jan/fev/mar.2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, P.M.D. **A Rota Romântica: Uma análise das inovações sociais decorrentes de um empreendimento turístico**. Dissertação de Mestrado em Administração – UNISINOS, 2011, São Leopoldo.

SOUZA, D. A. D.; GIL, A. C. Produção científica nacional sobre clusters turísticos. **Revista Turismo – Visão e Ação – Eletrônica**, vol. 16 – n.3 – Set – Dez. 2014.

TEIXEIRA, M. C.; TEIXEIRA, R. M. **Relacionamento, Cooperação e Governança em Arranjos Produtivos Locais: O caso do APL de madeira e móveis do estado de Rondônia**. Revista Eletrônica de Administração. ISSN 1413-2311, 2011.

THEURL, T. From corporate to cooperative governance. In: THEURL, T. **Economics of Interfirm Networks**. Tubingen: Mohr Siebeck, 2005, p. 149-192.

THOMAZI, S. **Cluster de Turismo: introdução ao estudo de arranjo produtivo**

local. São Paulo: Aleph, 2006.

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.

VILELA, L. E.; PINTO, M. C. S. Governança e gestão social em redes empresariais: análise de três arranjos produtivos locais (APLs) de confecções no estado do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Pública – RAP**, Rio de Janeiro, v.43, n.5, p.1067-1089, set/out. 2009.

XAVIER, T. R. **Governança dos atores locais em um *Cluster* turístico: a associação de produtores de vinhos finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE).** Santa Maria-RS, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/3144/XAVIER%2c%20THIAGO%20REIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

WEGNER, D. Mecanismos de governança de redes horizontais de empresas: caso das redes alemãs de grande porte. **Revista Gestão Organizacional**, v.5, n.2, p.214-228, jul./dez.2012.