

# Rede Social no Turismo do Pantanal Mato-Grossense: Comandantes de Barcos-Hotéis

## Social Network in Tourism of Mato Grosso's Pantanal: Boat-Hotels Commanders

**Stephanni Gabriella Silva Sudré** (stephanni\_@uff.edu.br)

Mestre em Ciências Ambientais pela Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT  
Professora Titular do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo pela Universidade Federal do Tocantins, Araguaína - TO

**Ivor Prolo** (ivorprolo@unemat.br)

Doutorando em Gestão Internacional pelo Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PMDGI/ESPM  
Profissional Universitário na Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT, Nova Xavantina - MT

**Carolina Joana da Silva** (ecopanta@terra.com.br)

Pós Doc em Limnologia de Áreas Úmidas Tropicais do Instituto Max Planck de Limnologia – Plom Alemanha  
Coord. do Programa de Doutorado em Biodiversidade e Biotecnologia da Amazônia Legal da Rede Bionorte – UNEMAT, Cáceres - MT

### RESUMO

O turismo no Pantanal Mato-Grossense tem buscado o delineamento com as políticas públicas de incentivo, o que ocasionou um ordenamento e monitoramento nesse território por grupos de atores sociais que detêm conhecimentos sobre a forma de funcionamento do ecossistema e da atividade turística: é o caso dos comandantes de barcos-hotéis. Neste sentido, essa pesquisa tem o propósito principal de identificar a formação da rede social de comandantes de barcos-hotéis oriundos do município de Cáceres, localizado no Pantanal Mato-Grossense. Apresenta como questão de pesquisa norteadora a seguinte indagação: como ocorre a formação e a estruturação da rede social de turismo formada por comandantes de barcos-hotéis no Pantanal Mato-Grossense? A pesquisa utiliza-se do método qualitativo, caracterizado por uma pesquisa exploratória, com o uso da ferramenta de coleta de dados por meio de *software* NETDRAW e de Análise de Rede Social

com uso do *UCINET*. Como principais resultados, evidencia-se a formação e a estruturação de uma rede social de comandantes, que possui liderança instituída de forma informal, em razão da existência de atores sociais centrais e de troca de informações entre eles.

**Palavras-chave:** Rede Social no Turismo; Pantanal Mato-Grossense; Atores Sociais; Comandantes de Barcos-hotéis.

## ABSTRACT

Tourism in Pantanal, located in the State of Mato Grosso, is not based on public policies of incentive, which means that planning and monitoring in this territory is carried out by groups of social actors who have knowledge about how the ecosystem works and the tourist activity: this is the case of boat-hotel commanders. Therefore, this research has the main purpose of identifying the formation of the social network of boat-hotel commanders from the municipality of Cáceres, located in the MatoGrosso's Pantanal. It presents as a guiding research question the following enquiry: what is the formation and structuring of the social network tourism formed by boat-hotel commanders in the MatoGrosso's Pantanal? This research uses the qualitative method, characterized by an exploratory research, using the tool of Social Network Analysis through software. The main results are the development and structuring of a social network of commanders, which has leadership instituted informally, because there are central social actors and the existence of an exchange of information between them.

**Keywords:** Social Network in Tourism; MatoGrosso's Pantanal; Social Actors; Boats-hotels Commanders.

## INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade econômica que tem em sua essência o acontecimento social, estruturado pelas relações humanas dos atores sociais, a qual é formada por indivíduos e grupos que se congregam a partir de interesses comuns. Esses atores sociais são agrupamentos de sujeitos que influenciam e sofrem influências mútuas e a cada nova ação pode beneficiar ou comprometer a todos (Boullón, 2004; Marteleto & Silva, 2004).

O estabelecimento desse sistema de grupos tende a manter uma relação social, em que os atores mantêm entre si contatos com determinada

frequência e troca de informações, semelhante a uma rede social aos moldes das virtuais. Em suma, a rede é formada pela interação entre os atores sociais e se designa por intensidades de relacionamentos diferentes, que pode ser compreendida pela observação e diálogos com seus integrantes para uma análise holística e factual dos processos de sua formação e estruturação.

O Pantanal Mato-Grossense ocupa 57% da superfície do município de Cáceres e tem como rede de drenagem principal o Rio Paraguai. Nesta localidade, o pantanal apresenta-se potencialidade para a oferta turística, sendo a pesca esportiva uma atividade consolidada (Façanha & Silva, 2017; Silva & Silva, 1995).

Esse turismo de pesca sobre o Rio Paraguai é realizado principalmente por cruzeiros fluviais constituídos por barcos-hotéis fixados na região, que aumentam o fluxo turístico e motivam turistas de diferentes origens a realizarem atividades turísticas nessa região pantaneira. A riqueza biológica do Pantanal também é fator de atratividade, o qual durante essas viagens, os comandantes dos barcos-hotéis por meio de seu conhecimento vivencial organizam atividades para observação da fauna, da flora e do patrimônio cultural pantaneiro (Sudré, 2012).

Nesse sentido, diversos grupos de atores sociais do Pantanal de Mato Grosso são estudados por pesquisadores pela sua relevância no estabelecimento ambiental, econômico e cultural da região. Destacam-se estudos como de Silveira e Silva (2000), Ferraz e Silva (2008), Galdino e Silva (2009), Curvo (2010), Almeida (2011), Santos (2011) e Façanha (2011; 2017). Embora esses trabalhos sejam na região do pantanal, nenhum enfatiza os comandantes de barcos-hotéis como objeto de estudo, o que deixa uma lacuna teórica-empírica a ser verificada quando se refere a este grupo de atores sociais.

Nesse contexto, surgem as seguintes dúvidas: como é a formação e a estruturação da rede social de turismo formada por comandantes de barcos-hotéis no Pantanal Mato-Grossense? A partir dessa questão, o



presente estudo tem por objetivo identificar a formação da rede social de comandantes de barcos-hotéis oriundos do município de Cáceres, localizado no Pantanal Mato-Grossense.

A abordagem da pesquisa é qualitativo exploratório. Utiliza-se do uso da ferramenta de análise de informações geradas a partir da Análise de Rede Social por meio de *software*, que traz entendimento sistemático sobre aspectos da atividade de turismo na região. O trabalho está estruturado da seguinte forma: primeiro, apresenta o quadro teórico sobre a Análise de Rede Social (ARS) e o turismo com fator incorporador dessas redes no Pantanal Mato Grossense; segundo, traz o protocolo de como estudo foi desenvolvido; terceiro, os achados da pesquisa discutidos e, logo, suas considerações finais.

## REVISÃO TEÓRICA

### Aspectos básicos da rede social

A Análise de Rede Social cresce significativamente nos últimos 20 anos em função do aumento da quantidade de dados disponíveis e do desenvolvimento nas áreas de informática e processamento de dados. Isso ocorre devido ao aumento da capacidade de processamento dos computadores e com a criação de softwares capazes de tratar grandes bases de dados que realizam análises na forma de redes (Marteleto & Silva, 2004).

Em uma abordagem centrada nos métodos, utiliza-se redes como base analítica para investigar a natureza e a estrutura da influência das relações sociais, que estimulam ou até mesmo coíbem a ocorrência de fatos tangíveis ou intangíveis (Dredge, 2006).

As redes sociais são conjuntos constituídos por nós (ou vértices) e conexões entre si que, nas ciências sociais, são representados por sujeitos sociais (indivíduos, grupos, organizações entre outros) ligados por algum tipo de relação ou fluxos (Alejandro & Norman, 2005; Rocha & Chagas, 2016).

De acordo com Acioli (2007), as unidades de uma rede são representadas graficamente por pontos e as relações por linhas. Ressalta-se que se os gráficos e análises matemáticas são utilizados sem a articulação com dados de entrevistas ou de observação acabam sendo insuficientes para uma compreensão mais apurada da realidade social.

Outra condição a ser apontada é o fato de que nas redes sociais, existe a valorização dos elos informais das relações, independente das estruturas hierárquicas. A organização da rede pode estar presente no cotidiano e nos mais diferentes níveis de estruturas (seja uma rede social virtual, de amizade, de informação, de negócios, de compras ou vendas) elas surgem a partir da união de pessoas por interesses em comuns (Marteleto, 2001).

Desta maneira, a Análise de Rede Social é uma ferramenta que possibilita conhecer as interações entre grupos de indivíduos, uma vez que requer informação qualitativa, devido às suas características próprias, torna-se necessário seguir um protocolo de técnicas que permite ordenar as interações (informações) dos indivíduos de modo que possa ser representada em um gráfico ou rede (Alejandro & Norman, 2005).

### **Turismo como incorporador de rede social no Pantanal Mato-Grossense**

O turismo é entendido como uma atividade econômica de alta complexidade. Entretanto sua formação tem por essência o acontecimento social, que é estruturado por relações humanas, compostos por indivíduos, grupos de indivíduos, organizações governamentais (municipal, estadual e federal), setores da iniciativa privada, Organizações não Governamentais (ONGs) e comunidades receptoras (Beni, 2007; Boullón, 2004).

Em convergência com diversos setores da economia, a atividade turística é formada por grupos que iniciaram seu desenvolvimento a partir de interesses comuns. Essa atividade envolve um amplo leque de atores e agentes sociais, sendo que estes atores podem ter seus interesses afetados



de forma positiva e/ou negativa, com repercussões sobre como a área turística se desenvolverá a curto, médio e longo prazo (Araújo, 2008).

Segundo Panosso Netto (2007), o turismo é estabelecido por meio de experiências sociais vividas, que são formadas por anseios distintos entre os seres envolvidos, tanto pelos turistas quanto pelos empreendedores do setor, por esta razão, deve ser considerado suas dimensões e níveis de complexidade. Fratucci (2000) segue esta linha de raciocínio ao entender que o turismo como um fenômeno complexo, composto por uma lista relativamente extensa de componentes que se relacionam e inter-relacionam constante e simultaneamente.

Com o estabelecimento desse sistema, os grupos tendem a manterem uma relação social para promover a atividade de turismo, com determinada frequência e constantemente transferem e recebem informações com maior ou menor intensidade, como uma rede social aos moldes das virtuais. Alusiva a uma rede de pesca ou a trama de tecidos, que tem aparente infinidade de nós e conexão direta ou indiretamente entre todos os pontos da malha, a rede social utiliza deste formato para se organizar (Meneghelli, 2010; Oliveira e Silva, 2014).

A rede equivale ao contíguo de relações sociais entre atores e os próprios atores, que designa movimentos pouco institucionalizados, reunindo indivíduos ou grupos numa associação cujos o fluxo de informações e relação entre os componentes da rede podem redimensionar (Colonomos, 1995).

Neste contexto, os atores e grupos sociais do Pantanal de Mato Grosso vêm sendo estudados e analisados em pesquisas científicas pela sua relevância na interlocução ambiental e cultural da região. Torna-se evidente observar que o bioma pantaneiro tem foco nas pessoas, e ao mesmo tempo, há a urgência de se pensar estratégias para conservação do ambiente pantaneiro e da necessidade de planejamento do turismo na região e pelo baixo fluxo na geração de conhecimentos científicos sobre o turismo no Rio Paraguai, principal rio pantaneiro (Neves, 2006; Sudré, 2012).

O Pantanal brasileiro pode ser definido como toda área contígua inserida na Bacia do Alto Paraguai, sujeita a inundações periódicas inter e intra anuais (Silva & Abdon, 1998). Situa-se em uma área rebaixada da depressão do Rio Paraguai e engloba os Estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. No contexto dos domínios morfoclimáticos sul-americanos, o Pantanal pode ser considerado como uma região de transição entre os domínios do Cerrado, da Floresta Atlântica, da Amazônia e do Chaco (Ab'Saber, 1983; Silva & Silva, 1995).

A formação do Pantanal caracteriza-se pelo predomínio de terrenos planos e suavemente ondulados, que são alagados periodicamente por uma série de rios, corixos<sup>1</sup> e vazantes entremeados de lagoas, baías e leques aluviais. A paisagem natural apresenta inúmeras unidades geomorfológicas da planície aluvial, uma de planície predominantemente não inundável – presentes nos trechos de depressão do rio Paraguai – e as morrarias do Urucum e do Amolar, relevo residual que sobressai na paisagem plana. Essas unidades geomorfológicas correspondem aproximadamente aos diversos *pantanais*, que possuem denominação local própria (Silva, Abdo, & Nunes, 2009).

O Pantanal Mato-grossense é considerado como uma das maiores áreas alagadas do mundo e devido a sua riqueza biológica está inserido no roteiro turístico nacional e internacional (Silva & Silva, 1995). Essa riqueza concentra uma das maiores diversidades de espécies de aves, das quais as aquáticas são as mais evidenciadas (Silva, Wantzen, Cunha, & Machado, 2001).

O bioma do Pantanal beneficia-se de uma nova tendência de interesses “ecológicos”, o que torna a região muito visada por turistas nacionais e internacionais, ao lado de biomas como a Amazônia e a Floresta Atlântica (Pires, 2002). A diversidade de peixes, catalogada com mais de 260 espécies, explica os motivos da relevância da pesca como atividade

---

<sup>1</sup> Termo utilizado na Hidrografia para descrever um canal que liga as águas de baías, alagados e lagoas aos rios próximos, em suma é um rio temporário que surge na época de chuvas e desagua em um rio principal (Silva e Silva, 1995).



econômica e social realizada no Pantanal e em toda a Bacia do Alto Paraguai (Oliveira & Silva, 2014).

Nesse sentido, o turismo de pesca ganha impulso no Alto Paraguai com mais intensidade na planície pantaneira, por conta das oportunidades que estes locais proporcionam para o desenvolvimento do turismo no ambiente natural (Oliveira & Silva, 2014; Salvati, 2004). As regiões dos municípios de Cáceres, Poconé em Mato Grosso, e as de Miranda, Aquidauana, Ladário e Corumbá, incluindo a Estrada-Parque Pantanal, em Mato Grosso do Sul, são aquelas aonde o turismo no ambiente natural se intensifica pelas ocorrências de turismo de pesca (WWF & MMA, 2004).

Essas planícies pantaneiras tornam-se um atrativo turístico na definição de Barreto (2003), que diz que são elementos que exercem atração ao turista, que se utilizado desenvolve o recurso turístico, matéria-prima que pode planejado turismo num determinado local. Rodrigues (2001) acrescenta que os novos espaços de turismo, particularmente em áreas naturais, consomem-se destruindo e produzindo, onde seus objetivos naturais vão transformando-se em objetivos sociais no processo de valorização deste.

O turismo acontece nessas áreas como fator propulsor econômico e de pressão crescente ao ecossistema em algumas localidades e estagnada em outras, tendo como pólo turístico do Pantanal no Mato Grosso Cáceres e região. Salvati (2004) afirma que o desenvolvimento turístico, via de regra, não está sendo delineado por políticas públicas de incentivo. O autor considera não ser possível reconhecer se o turismo na região de fato gera benefícios econômicos, sociais e ambientais.

Desta maneira, pelo fato do turismo não estar delineado por políticas públicas de incentivo no Pantanal Mato-Grossense, o ordenamento territorial e o seu monitoramento ocorrem por aqueles atores sociais que detém conhecimentos da estrutura e funcionamento do ecossistema e da atividade turística. Isso cria uma rede social de atores sociais, que em muitos casos são instituídos informalmente, para incorporador o turismo de pesca no Pantanal Mato-Grossense, em que os comandantes de barcos-hotéis

tornam-se atores sociais centrais na intermediação dos turistas e esses atrativos turísticos.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa apresenta uma abordagem qualitativo exploratório (Gil, 2008; Vergara, 2005), que se utiliza de métodos baseados nos princípios da pesquisa qualitativa de coleta e quantitativa de análises de dados (Alves-Mazzotti & Gewandsznajder, 2000).

A coleta de dados ocorreu com a observação participante e a realização de entrevistas estruturadas com 13 comandantes dos 15 barcos-hotéis registrados na Marinha do Brasil Agência Fluvial de Cáceres-MT, no período de dezembro de 2010 a março de 2011.

O critério de escolha do primeiro informante entrevistado segue as orientações de Bernard (2011), que recomenda que o primeiro informante deve ser uma pessoa com grande influência. Nesse sentido, a primeira entrevista ocorre com o comandante que estava mais tempo na atividade de barcos-hotéis, tendo mais de 25 anos de trabalho nesta atividade, além de ser somado ao fato de ser natural da localidade.

A escolha da informante-chave constitui apenas um critério, o de tempo de trabalho no setor e a partir do procedimento “bola-de-neve” (*Soowball Sampling*) (Godoi & Mattos, 2010; Goodman, 1961), identifica-se os próximos entrevistados.

Entende-se por “bola-de-neve” como uma técnica em que os atores sociais que farão parte da pesquisa sejam indicados de forma espontânea pelos próprios investigados. Desta maneira, a partir da definição do primeiro entrevistado, pede-se a ele que indicasse dentro do grupo de comandantes de barcos-hotéis com quem tinha laços e assim fora realizado sucessivamente para que fosse possível montar a rede de comandantes. Tal técnica é indicada para uma população altamente especializada e que tem um número pequeno de integrantes (Apolinário, 2012).



A técnica “bola-de-neve” fora utilizada para que fosse possível identificar como acontece o relacionamento desses trabalhadores do rio Paraguai, que no Pantanal se distribuem durante maior parte do ano, e detêm sabedorias específicas da atividade turística, as quais nem mesmo os agentes de viagens que vendem estes pacotes tem tal propriedade, desconhecem os que as têm e como usá-las.

Para a análise dos dados coletados utilizou-se a Análise de Rede Social (ARS) (Marteleto & Silva, 2004). Para compreendermos a disposição dos informantes nesta pesquisa, utiliza-se o Software UCINET (Analytic Technologies, Lexington, USA, versão 6.357), para sistematizar os dados (Borgatti, Everett, & Freeman, 2002), e o Software NETDRAW 2.114, para gerar graficamente a rede, ambos realizados em ambiente Windows.

Os dados foram armazenados e tratados por meio de matrizes (Castro, 2005), em que as métricas disponibilizadas calcularam propriedades como: centralidade, cliques, coesão, funções da teoria dos grafos e da álgebra matricial (Meneghelli, 2010). Em todas as fases do processo de construção desse conhecimento gerado fora observado o cotidiano dos informantes. Essa observação fora às vezes com maior proximidade e outras com a distância necessária.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **Caracterização dos barcos-hotéis**

Antes de apresentar os resultados e as discussões sobre a formação da rede social formada pelos comandantes de barcos-hotéis, torna-se relevante demonstrar as características e estruturas dos barcos-hotéis para a realização do turismo de pesca no Pantanal Mato-Grossense a partir da cidade de Cáceres.

O turista de pesca utiliza-se de meios de hospedagem convencionais, contudo pela natureza da atividade, prefere meios de hospedagem especializados, como o barco-hotel, que deve ofertar serviços e produtos diferenciados, tais como: iscas, utensílios de pesca, botes motorizados,

câmaras frigoríficas, condutores experientes, refeições com pratos típicos regionais, além daqueles feitos com peixes capturados. Como em qualquer meio de hospedagem utilizado deve apresentar segurança, conforto, comodidade, higiene e qualidade no atendimento (Brasil, 2008).

Existem 15 embarcações caracterizadas e instituídas como empreendimentos hoteleiros (barcos-hotéis) no município de Cáceres devidamente registradas na Marinha do Brasil. Esses barcos ficam ancorados na parte do Rio Paraguai que cruza a área urbana da cidade (Figura 1). Neste local, os barcos contam com suporte a água, luz e suprimentos para antes da realização das viagens, uma vez que os suprimentos devem ser suficientes para as viagens, que tem duração aproximada de uma a três semanas cada viagem. Alguns barcos-hotéis estão ancorados ao longo do rio, para estes casos, o traslado é realizado por lancha voadeira a motor até o local da embarcação.

Os barcos-hotéis são conhecidos regionalmente como lanchas ou chalanas (Figura 2). Realizam diversas atividades de viagem e turismo, e são diferenciadas e características nas atividades de transporte, lazer, visitação no Rio Paraguai, região pantaneira, tendo como atrativo principal, a pesca turística.



**Figura 1.** Barcos-hotéis ancorados a margem esquerda do Rio Paraguai no município de Cáceres/MT  
Fonte: imagem dos autores (2012)



**Figuras 2.** Barcos-Hotéis a margem do rio Paraguai  
Fonte: imagem dos autores (2012)

Os barcos-hotéis tem em média a capacidade de hospedar 21 pessoas para o pernoite, além de espaço para acomodar a equipe tripulante que colabora na logística e reposição dos insumos durante o percurso no Rio Paraguai. Os quartos (Unidades Habitacionais – UH) são equipados com ar-condicionado, camas beliches com gavetas, chuveiros elétricos e sanitários. As UH's são divididas para grupos de até três integrantes de cada grupo de pesca e a maioria da UH's apresentam janelas para visualização da paisagem do rio (Figura 3).



**Figuras 3.** UH's dos barcos-hotéis de Cáceres-MT

Fonte: disponível nos sites dos barcos-hotéis

Os barcos-hotéis são equipados com sala de reuniões, local que ocorre encontros, discussões, conversas particulares ou em grupos. Estão equipadas com TV de plasma, DVD, som, ar-condicionado, mesas e cadeiras. Esse ambiente é transformado em sala de refeições, onde também são servidos café da manhã, lanches e jantar. Alguns barcos-hotéis possuem internet via satélite disponível.

A estrutura conta com *deck*, que são ambientes que permitem ter acesso a uma visão panorâmica do rio, da vegetação ciliar, da flora e fauna. No *deck* encontra-se, geladeiras com as bebidas, chuveiros e rede de descanso, que remete ao costume de vida do pantaneiro. Em suma, os barcos-hotéis apresentam estrutura básica e suficiente para atender as atividades turísticas da região, fator que influencia na escolha desse tipo de hospedagem quando se trata em otimizar o tempo e conhecer a diversidade do Pantanal Mato-Grossense.

**A rede social dos comandantes de barcos-hotéis**

Os comandantes de barcos-hotéis são propulsores do turismo realizado no Rio Paraguai, uma vez que gerenciam de forma autônoma o empreendimento e a maioria das atividades nos roteiros ofertados. Os próprios comandantes organizam a distribuição e a oferta dos pacotes turísticos. A venda ocorre pelo contato virtual (sites, redes sociais eletrônicas, entre outros) e/ou por telefone, sendo incipiente a reserva por sistema de agenciamento de viagens e turismo.

Esses comandantes de barcos-hotéis podem ser proprietários ou não dos barcos, não estando organizados em formas de associações ou cooperativas, além de serem pouco lembrados, isto é, participam efetivamente no planejamento turístico da cidade e região. No sentido de considerar que esse grupo de atores é responsável pelo recebimento de uma parcela significativa de turistas no Pantanal Mato-Grossense, o que

justifica identificar como está organizada sua rede social para que seja melhor aproveitada no planejamento turístico da região.

O perfil dos comandantes entrevistados é formado por: homogeneidade do gênero masculino com 100% dos indicados na rede, e heterogeneidade etária do grupo, tendo pessoas entre 28 a 63 anos de idade, sendo 41 anos de média etária. Todos são moradores e trabalhadores que tem os rios, lagos, baías, corixos e principalmente que tem em si a responsabilidade pelo bioma Pantanal.

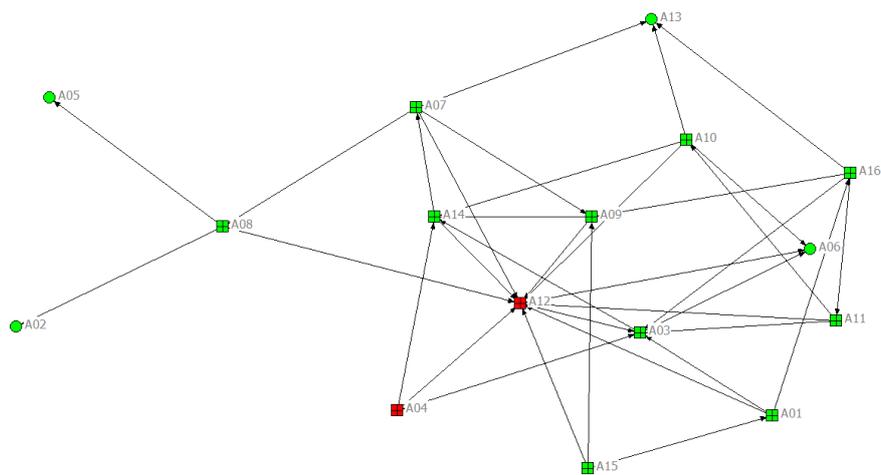
Esses atores do turismo de Cáceres, Pantanal Mato-Grossense, tornam-se influentes para o desempenho de atividades turísticas, uma vez que detêm conhecimentos específicos das localidades, adquiridos no dia-dia das viagens de turismo. Eles são líderes imprescindíveis para assegurar a tranquilidade nos percursos que podem durar dias, em que a logística pode ser dificultada no caso de acidentes ou falhas mecânicas das embarcações.

Desta maneira, esses atores sociais se relacionam e mantém algum tipo de ligação entre si, os quais relatam existir um termo informal de colaboração mútua e irrestrita durante as viagens, seja como insumos ou mão-de-obra, uma vez que os barcos-hotéis percorrem grandes distancias desabitadas, o que dificulta a ajuda imediata quando ocorre emergências.

A análise da composição desta rede, bem como a posição que cada ator ocupa dentro dela, permite compreender aspectos fundamentais da vida social, como também da vida econômica (Rocha et al., 2016). Nesse sentido, o resultado das Intersecções da Rede Social dos Atores Sociais, apresentado graficamente na Figura 4, e em numa análise preliminar observa-se que o máximo de citações foram de 4 atores e 4 atores não citaram nenhum (A02, A05, A06 e A13).

Outro resultado observado é que o Ator 12 (A12) foi o mais citado, por 10 vezes, seguido do A03, que foi referido por 5 vezes, e o A14 teve a frequência de 4, que deverá ser confirmada essa influência na representação gráfica da rede. Os Atores A06 e A13 apesar de não terem citado ninguém tiveram 3 menções cada um.

De acordo com Marteleto (2001), em uma rede existem atores que desempenham o papel de ponte por algum tempo, que faz com que a informação circula pelo ambiente total da rede. A centralidade identifica a posição em que o ator se encontra em relação às trocas e à comunicação na rede, quanto mais centralizado o indivíduo, mais bem posicionado em relação às trocas e a comunicação, o que aumenta o seu poder na rede, o que é exercido pelo Ator A12.



**Figura 4.** Rede social dos comandantes dos Barcos-hotéis de Cáceres-MT  
Fonte: elaborada pelos atores (2017)

Os atores foram representados na Figura 4 por alguns atributos, como o que é demonstrado na cor vermelha (A12 e A04) que são os informantes que têm mais de 20 anos de tempo de serviço, o que demonstra que a experiência é um fator determinante na interação e ligação entre os atores, como se visualiza no A12. Os pontos ilustrados com um círculo (*circle*) são os atores que não foram entrevistados e por sua vez os representados por um quadrado (*box*) são os entrevistados.

Os resultados mostram a presença de um informante-chave, representado aquele que acumula mais experiência na atividade, caso do comandante que tem 25 anos de trabalho, e que se faz presente junto aos outros atores que foram entrando nesse setor de empreendimento. Outros atores mostraram-se com proximidade necessária para o contato entre o

grupo, e o fator de impedimento neste aspecto poderá ser o tempo, que é breve de intervalo entre as viagens.

O grau de centralidade, além de medir a acessibilidade de cada ator da rede social, mede o número de possíveis caminhos de comunicação que passam por ele, o que possibilita realizar inferências acerca dos atores que desempenham papéis importantes dentro da rede, como conector central, por exemplo (Mesquita & Luna, 2008).

A Tabela 1 apresenta o resultado dos cálculos efetuados na plataforma do software UCINET. A primeira coluna é a identificação dos atores sociais informantes desta pesquisa, a coluna Grau de Saída (*OutDegree*) representa o índice de saída, ou seja, quantos atores o informante indicou na rede; a coluna Grau de entrada (*InDegree*) são os números de vezes que cada informante foi mencionado. As colunas seguintes são os Grau de Saída Normalizado (*NrmOutDeg*) e de Entrada Normalizado (*NrmInDeg*) é a representação dos graus de saída e entrada em porcentagem.

Tabela 1  
**Grau de Centralidade dos Atores**

ATORES SOCIAIS	GRAU DE CENTRALIDADE				
	Grau de Saída	Grau de entrada	Grau de Saída Normalizado	Grau de Entrada	Grau de Saída
<b>A03</b>	4.000	5.000	26.667	33.333	A03
<b>A10</b>	4.000	1.000	26.667	6.667	A10
<b>A07</b>	4.000	1.000	26.667	6.667	A07
<b>A16</b>	4.000	1.000	26.667	6.667	A16
<b>A01</b>	3.000	1.000	20.000	6.667	A01
<b>A04</b>	3.000	1.000	20.000	6.667	A04
<b>A11</b>	3.000	1.000	20.000	6.667	A11
<b>A08</b>	3.000	1.000	20.000	6.667	A08
<b>A15</b>	3.000	0.000	20.000	0.000	A15
<b>A14</b>	2.000	4.000	13.333	26.667	A14
<b>A09</b>	2.000	3.000	13.333	20.000	A09
<b>A12</b>	2.000	10.000	13.333	66.667	A12
<b>A05</b>	0.000	1.000	0.000	6.667	A05
<b>A02</b>	0.000	1.000	0.000	6.667	A02
<b>A13</b>	0.000	3.000	0.000	20.000	A13
<b>A06</b>	0.000	3.000	0.000	20.000	A06

Fonte: elaborada pelos atores (2017)

Constata-se que o Ator Central é o A12, com 66,6% das referências dos informantes e com Grau de Entrada de 10.000, seguido do A03 com 5.000 e 33,3%; A14 com 26,6% e A09, A13 e A16 com 3.000 e 20% de Grau de Entrada Normalizado. As Redes Sociais demonstram que as relações podem não ser de forma direta mais se observa que as informações podem ser recebidas de forma indireta, como ilustra a Rede de Elos do A12 (Figura 4), que diretamente ou indiretamente atinge 11 atores.

O poder de articulação ou intermediação pode ser medido em relação a seu potencial de proximidade com os demais atores. Resumidamente Alejandro e Norman (2005), observam que esse valor representa o número de pares de nós que um ator é capaz de ligar.

A Tabela 2 apresenta o grau de intermediações (*Betweenness*) de cada Ator dentro da Rede Social, ou seja, o quanto cada ator está centralizado em relação a outros. E pode-se observar que o A14 é o informante que tem maior poder de intermediação entre os demais com índices (*Betweenness*) de 48.000 e 22,8% (*Betweenness*) de Grau de Intermediação Normalizado. Em segundo está A07 que apresenta 43.000 e 20,4% de índices, bem como A03 com 34.167 e 16,2% e A08 com 22.000 e 10,4%.

Tomaél e Marteleto (2006) explicam que este índice considera quanto um ator apresenta-se com potencial de se tornar meio para alcançar outros atores, visto que ele está posicionado nos caminhos geodésicos entre outros pares de atores na rede.

Segundo Marteleto (2001) um indivíduo pode ter poucos contatos diretos na rede, estar conectado basicamente por ligações fracas, mas exercer um importante papel intermediando informações. “O papel do mediador traz em si a marca do poder de controlar as informações que circulam na rede e o trajeto que elas podem percorrer”.

Marteleto (2001) e Granovetter (1983) enfatizaram que as pessoas que têm relacionamentos com ligações fracas (mais distantes) estão envolvidas em menor grau, enquanto que as ligações fortes (mais próximas) têm um

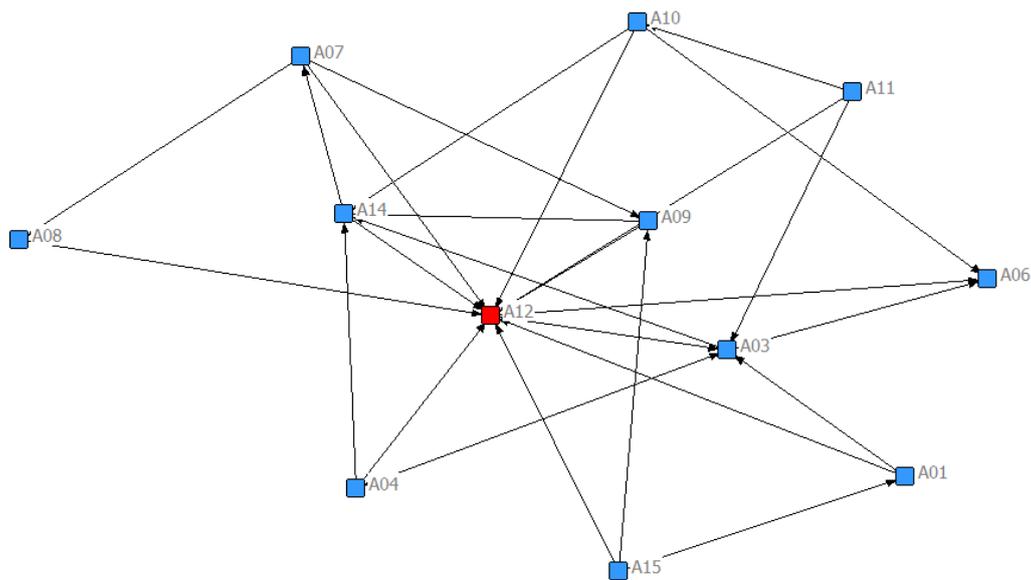
envolvimento maior. Esses vínculos entre os atores são de extrema importância para o fortalecimento do grupo, a densidade ou intensidade dessas relações podem ser reconstruídas ou valorizadas neste contexto. As ligações ditas fracas são relevantes usando como pontes e podem interligar sub-grupos fortes.

Tabela 2  
**Grau de intermediações dos atores**

ATORES SOCIAIS	GRAU DE INTERMEDIações	
	Grau de Intermediação	Grau de Intermediação
<b>A14</b>	48.000	22.857
<b>A07</b>	43.000	20.476
<b>A03</b>	34.167	16.270
<b>A08</b>	22.000	10.476
<b>A12</b>	21.333	10.159
<b>A09</b>	8.833	4.206
<b>A16</b>	7.000	3.333
<b>A01</b>	5.000	2.381
<b>A10</b>	4.333	2.063
<b>A11</b>	3.333	1.587
<b>A05</b>	0.000	0.000
<b>A02</b>	0.000	0.000
<b>A13</b>	0.000	0.000
<b>A06</b>	0.000	0.000
<b>A15</b>	0.000	0.000
<b>A04</b>	0.000	0.000

Fonte: elaborada pelos atores (2017)

Considera-se uma forte ligação quando existe a entrada e saída entre os mesmos atores, como o que acontece entre A03 e A12, assim como A03 e A04, que se mencionaram respectivamente. O A03 citou o A12, como o A12 refere-se ao A03 (Figura 5). As ligações relativamente fracas demonstram a falta de formalização do grupo, que poderia se organizar como fator relevante e determinante na busca de melhorias nas condições de trabalho, contratação e seleção quanto aos demais direitos profissionais e na reivindicação da participação nos processos de gestão do turismo na região.



**Figura 5.** Elos do Ator Central (A12)

Fonte: elaborada pelos atores (2017)

A liderança em grupo tem a capacidade de dar aspectos formais de núcleo social e para o turismo poderá colaborar com o processo de instituição, que por consequência melhora na representatividade nos conselhos, e outros segmentos como projetos e programas locais. O conhecimento específico do informante-chave adquirido no cotidiano pode fazer dele o principal ator do grupo, dando aspectos de governança, o que mostra que a política feita no grupo é calcada na confiança e capacidade de intermediação dentro e fora do grupo.

Entretanto, a participação dos atores pode trazer benefícios favoráveis no planejamento e gestão das localidades turísticas (Araújo, 2008; Castro, 2005). Em que, esses benefícios podem ser fortalecimento da democracia, no enriquecimento da base de informações usadas nos processos decisórios e na melhor coordenação entre as políticas adotadas e os interesses afetados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa evidencia os comandantes de barcos-hotéis, que no cotidiano se desenvolvem em grupos distintos, sendo homens na idade de alta produtividade profissional, que trabalham indiretamente como

agentes ambientais, guias de turismo e estão em intensa interação com meio ambiente pantaneiro. Esses comandantes operam na cidade de Cáceres, e essencialmente compreendem as particularidades do bioma do Pantanal de Mato Grosso, fato que os torna corresponsáveis pela formação e desenvolvimento dos roteiros realizados.

Por meio da Análise da Rede Social percebe-se que ocorrem trocas de experiências, informações e conhecimentos entre os entrevistados, na medida em que interagem mencionando um aos outros dentro do grupo de comandantes. Em resposta a questão dessa pesquisa, que procura evidenciar a formação e estruturação da rede social de comandantes de barcos-hotéis no Pantanal Mato-Grossense, constata que o grupo de comandantes possui uma liderança instituída de forma informal, por existir atores sociais centrais e por haver uma troca de informação entre estes comandantes.

Essa rede de comandantes tem como interesse comum a ajuda mútua entre os membros, considerando as dificuldades de atuação profissional em um ambiente de vastas distancias inabitáveis, o que dificulta o acesso aos recursos e serviços, caso ocorra alguma emergência, seja acidente ou algum problema mecânico na embarcação. Por isso, a rede informal de comandantes torna-se o primeiro passo na busca por um socorro.

A compreensão do estabelecimento dessas interligações e da relação entre eles mostra o potencial de transmissão e manutenção sobre os conhecimentos ecológicos e sociais do bioma pantaneiro. Esse conhecimento pode ser melhor utilizado para a elaboração de formação complementar ou até mesmo para a adoção de condutas em educação e legislação ambiental. A identificação da liderança desse grupo de atores na rede social pode ser utilizada nas embarcações de modo a influenciar positivamente os turistas e a tripulação, nas mudanças necessárias em direção ao desenvolvimento do turismo sustentável.

Desta maneira, a inclusão dos comandantes de barcos-hotéis no processo de gestão do turismo é uma ação prudente e necessária. Esses

além de terem um vasto conhecimento sobre o pantanal, podem influenciar os servidores do setor e os turistas por esta credibilidade.

A partir dessa pesquisa, recomenda-se a criação de uma organização coletiva para esse grupo social, para que a experiência deles seja incorporada nos conselhos de gestão de turismo como o COMTUR – Conselho Municipal de Turismo de Cáceres, o Grupo Gestor de Turismo e a ASATEC - Associação Ambientalista, Turística e Empresarial de Cáceres, que elaboram, orientam e desenvolvem projetos para o turismo local. Contudo é possível reiterar a necessidade do planejamento participativo das políticas públicas do turismo no Pantanal Mato-grossense, a fim de que se possa avançar para além da roteirização, com ampliação e o estímulo a gestão turística local.

Portanto, a partir do exposto neste, nasce a oportunidade de estudos futuros que considerem a criação e viabilização da formatação de novos atrativos e produtos, requalificando os já ofertados aos turistas e aos visitantes no destino. Desta forma, será possível complementar a oferta turística da região do Pantanal.

## REFERÊNCIAS

- Ab'Saber, A. (1983). O domínio dos cerrados: introdução ao conhecimento. *Revista do Servidor Público*, 111, 41-55.
- Acioli, S. (2007). Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. *Informação & Informação*, 12(1esp), 8-19.
- Alejandro, V. A. O., & Norman, A. G. (2005). Manual introdutório à análise de redes sociais: medidas de centralidade. UCINET.
- Almeida, M. A. d. (2011). Conhecimento Ecológico Tradicional de aves para a gestão do ecoturismo no Parque Nacional do Pantanal Mato-Grossense. Universidade do Estado de Mato Grosso, Cáceres.
- Alves-Mazzotti, A. J., & Gewandsznajder, F. (2000). O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira.
- Apolinário, F. (2012). Metodologia da ciência. Filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Cengage Learning.
- Araújo, L. M. d. (2008). Análise de stakeholders para o turismo sustentável. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(1), 91-99.



- Barreto, M. (2003). Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo. Campinas: Papirus.
- Beni, M. C. (2007). Análise Estrutural do Turismo (12.ed. ed.). São Paulo: SENAC.
- Bernard, H. R. (2011). Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches (5th edition ed.). New York: Rowman Altamira.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). Ucinet for Windows: Software for social network analysis. Citeulike.
- Boullón, R. (2004). Um novo tempo livre. Bauru: Edusc.
- Brasil, M. d. T. (2008). Turismo de Pesca: orientações básicas. MinTur.
- Castro, I. C. A. (2005). Uma ferramenta para análise da comunicação organizacional através de redes sociais. Salvador.
- Colonomos, A. (1995). Sociologie des réseaux transnationaux: communautés, entreprises et individus: lien social et système international. Paris: Editions L'Harmattan.
- Curvo, R. J. d. C. (2010). Análise de stakeholders e redes sociais no contexto do zoneamento socioeconômico e ecológico do Estado de Mato Grosso.
- Dredge, D. (2006). Networks, conflict and collaborative communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 562-581.
- Façanha, C. L. (2011). Conhecimento ecológico tradicional: base para o desenvolvimento da educação ambiental e do turismo ecológico no parque nacional do Pantanal/ MT. Cáceres.
- Façanha, C. L., & Silva, C. J. d. (2017). Caracterização da Colônia de Pescadores Z2 de Cáceres em Mato Grosso. *Interações (Campo Grande)*, 18(1), 129-136.
- Ferraz, L., & SILVA, C. J. d. (2008). Social networks of traditional fishermen of the River Cuiabá, Northern Pantanal of the state of Mato Grosso, Brasil. 11th International Congress of Ethnobiology.
- Fratucci, A. C. (2000). Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. *GEOgraphia*, 2(4), 121-133.
- Galdino, Y. S. N., & Silva, C. J. d. (2009). A casa e a paisagem pantaneira: conhecimentos e práticas tradicionais. Cuiabá: Carlini & Caniato.
- Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social (6 ed.). São Paulo: Atlas.
- Godoi, C. K., & Mattos, P. L. C. L. d. (2010). Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento diálogo. In C. K. Godoi, R. Bandeira-de-Mello & A. B. d. Silva (Eds.), *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos* (2.ed. ed., pp. 301-323). São Paulo: Saraiva.

- Goodman, L. A. (1961). Snowball sampling. *The annals of mathematical statistics*, 148-170.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, 201-233.
- Marteleto, R. M. (2001). Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da informação*, 30(1), 71-81.
- Marteleto, R. M., & Silva, A. B. d. O. (2004). Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. *Ciência da informação*, 33(3), 41-49.
- Meneghelli, R. B. (2010). Análise de redes sociais informais em ambiente confinado: estudo de caso numa empresa de energia.
- Mesquita, R. B. d., Landim, F. L. P., Collares, P. M., & Luna, C. G. d. (2008). Análise de redes sociais informais: aplicação na realidade da escola inclusiva. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, 12(26), 549-562.
- Neves, S. M. A. d. S. (2006). Modelagem de um banco de dados geográficos do pantanal de Cáceres-MT: estudo aplicado ao turismo.
- Oliveira, G. Z., & Silva, C. J. d. (2014). Conhecimento ecológico tradicional de pescadores profissionais sobre peixes da baía Caiçara, Pantanal de Mato Grosso, Cáceres, Brasil. *Revista Brasileira de Zootecias*, 15(1, 2, 3).
- Panosso Netto, A. (2007). Filosofía del turismo: Una propuesta epistemológica. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(4), 389-402.
- Pires, P. S. (2002). *Dimensões do Ecoturismo*. São Paulo: Ed. Senac.
- Rocha, A. R. C. d., Mendes Filho, L., Silva, D. S. d., & Chagas, M. M. d. (2016). Redes sociais como ferramenta de divulgação de trabalhos científicos apresentados no Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo (ANPTUR). *Marketing & Tourism Review*, 1(1), 1-20.
- Rodrigues, A. B. (2001). *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar* (3.ed. ed.). São Paulo: Hucitec.
- Salvati, S. S. (2004). Turismo responsável no Pantanal: desenvolvendo uma visão comum para sua sustentabilidade. Paper presented at the Anais. IV Simpósio sobre Recursos Naturais e Sócio-econômicos do Pantanal, Corumbá.
- Santos, E. d. L. F. (2011). Educação ambiental nas nascentes do Pantanal no município de Reserva Do Cabaçal/MT.
- Silva, C. J. d., Abdo, M., & Nunes, J. R. d. S. (2009). Limnologia da Bacia do Rio Cuiabá no Pantanal Mato-Grossense. In D. M. Figueiredo & F. X. T. Salomão (Eds.), *Rio Cuiabá - da nascente ao pantanal: uma*



- abordagem sócio - ambiental da Bacia hidrográfica. Cuiabá: Ed. UFMT/Entrelinhas.
- Silva, C. J. d., & Silva, J. A. F. (1995). No ritmo das águas do Pantanal. São Paulo: NUPAUB/USP.
- Silva, C. J. d., Wantzen, K. M., Cunha, C. N. d., & Machado, F. A. (2001). Biodiversity in the Pantanal Wetland, Brazil. In B. Gopal, W. J. Junk & J. A. DAVIS (Eds.), Biodiversity in wetlands: assessment, function and conservation - Vol 2 (pp. 187-215). Holanda: Backhuys Publishers.
- Silva, J. d. S. V. d., & Abdon, M. d. M. (1998). Delimitação do Pantanal brasileiro e suas sub-regiões. Pesquisa agropecuária brasileira, 33(13), 1703-1711.
- Silveira, J. M. F., & Silva, C. J. d. (2000). Uso de "stakeholder analysis" no sistema de Baías Chacororé e Sinhá Mariana, Pantanal de Mato Grosso. Paper presented at the III Simpósio sobre Recursos Naturais e Sócio-econômicos do Pantanal, 2000, Corumbá.
- Sudré, S. G. S. (2012). O turismo no Rio Paraguai em Cáceres, Pantanal Mato-Grossense, Brasil.
- Tomaél, M. I., & Marteleto, R. M. (2006). Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação(Especial 1), 74-91.
- Vergara, S. C. (2005). Métodos de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas.
- WWF, B., & MMA, M. d. M. A. (2004). Diagnóstico do Turismo na BAP/Pantanal. Versão preliminar. Documento base de discussão do workshop "Turismo Responsável no Pantanal: visão e diretrizes para a sustentabilidade". Brasília: WWF/MMA.