

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS RURAIS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL**

**PLANEJAMENTO DO TURISMO EM ÁREAS RURAIS
Estudo do Roteiro Nostra Colônia - Jaguari-RS**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Flávia de Araújo Pedron

Santa Maria, RS, Brasil

2007

PLANEJAMENTO DO TURISMO EM ÁREAS RURAIS

Estudo do Roteiro Nostra Colônia - Jaguari-RS

por

Flávia de Araújo Pedron

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural, Área de Concentração em Desenvolvimento Sustentável, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Mestre em Extensão Rural**.

Orientador: Prof. Dr. Joaquim Anécio de Jesus Almeida

Santa Maria, RS, Brasil

2007

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Rurais
Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural**

A comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado

**PLANEJAMENTO DO TURISMO EM ÁREAS RURAIS
Estudo do Roteiro Nostra Colônia - Jaguari-RS**

elaborada por
Flávia de Araújo Pedron

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Extensão Rural

COMISSÃO EXAMINADORA

Joaquim Anécio de Jesus Almeida, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Marcelino de Souza, Dr. (UFSM)

Erica Karnopp, Dr^a. (UNISC)

Santa Maria, 24 de janeiro de 2007

“Dedico este trabalho, primeiramente, a meus pais: Aldo Pedron e Ceres Helena de Araújo Pedron, por incentivarem-me a seguir o caminho dos estudos, e aos professores que tive a felicidade de encontrar neste percurso: Joaquim Anécio Almeida e Marcelino de Souza.”

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, pela concessão de bolsa de estudos a qual possibilitou dedicação integral à pesquisa.

Aos meus pais, Aldo e Ceres pelo incentivo, ânimo e amor incondicional. Aos meus irmãos Fabrício, Fernanda, Fábio e cunhadas, Joseane e Viviani, pelas conversas, pelo estímulo e apoio constantes. Aos meus avós, pelo carinho e pela proximidade. À minha afilhada pelos momentos de distração. Amo todos vocês!

Ao Professor Joaquim Anécio Almeida por todos os ensinamentos ao longo dos anos de convivência, e também pelo exemplo transmitido que serás tido como uma referência em minha trajetória acadêmica.

Ao Professor Marcelino de Souza pelo constante incentivo, por estar sempre disposto a ajudar, pelo aprendizado e convívio durante esses anos, pelas sugestões pertinentes neste trabalho.

Aos professores e aos colegas do Curso de Pós Graduação em Extensão Rural, pela amizade, pelos ensinamentos e discussões no decorrer do curso.

Ao Ricardo, Secretário do Departamento de Educação Agrícola e Extensão Rural, pela disposição constante e acompanhamento de minha trajetória no DEAER, ao João Viero, Secretário do Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural, pela atenção concedida no decorrer do curso.

Ao Giuliano Piccioni de Méroe pelo carinho, compreensão e força transmitidas continuamente apesar dos 1000Km de distância.

Aos proprietários rurais que integram o Roteiro Nostra Colônia e a Prefeitura Municipal de Jaguari - RS, pela receptividade e informações concedidas para a realização deste trabalho.

Um agradecimento especial aos integrantes do Grupo Turismo e Desenvolvimento. Obrigado pelo aprendizado proporcionado através do intenso convívio, pelo ambiente de cumplicidade e respeito que criamos. Independente de nossos caminhos, os laços de amizade permanecerão.

Aos que eventualmente não foram citados, mas que contribuíram de uma forma ou de outra na construção deste trabalho, meus agradecimentos.

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Curso de Pós-Graduação em Extensão Rural
Universidade Federal de Santa Maria

PLANEJAMENTO DO TURISMO EM ÁREAS RURAIS Estudo do Roteiro Nostra Colônia- Jaguari-RS

AUTOR: FLÁVIA DE ARAÚJO PEDRON
ORIENTADOR: JOAQUIM ANÉCIO DE JESUS ALMEIDA
Data e Local da Defesa: Santa Maria, 24 de Janeiro de 2007.

A prática do planejamento é fundamental quando se tem pretensão de implantar e implementar o turismo rural. Quando o planejamento é realizado, proporciona efeitos positivos sobre a comunidade envolvida. Quando inexistente, as possibilidades de sucesso são menores. Nesse sentido, este estudo verifica como se estruturou a atividade de turismo rural através do Roteiro Nostra Colônia, Jaguari-RS. O turismo rural no município foi implantado através de uma parceria entre a Prefeitura Municipal e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE. Foi investigada, através da pesquisa bibliográfica, a importância, os conceitos, as abordagens e as fases do planejamento. Na pesquisa de campo, realizaram-se entrevistas com os envolvidos no Roteiro para entender como o turismo rural foi implantado, desenvolvido e como se situa nos dias atuais. Os resultados obtidos demonstram que o planejamento foi realizado pelos órgãos competentes, contudo estes desconsideraram fatores importantes para que o roteiro se consolidasse como realização de marketing contínuo, políticas que assegurassem o apoio da atividade independente do partido político atuante e metodologias que diferenciassem a realidade rural da urbana. Considera-se que o turismo rural obteve sua implantação, teve certo desenvolvimento, mas não chegou a se consolidar, imediatamente passando para a fase de estagnação e declínio. Mediante essa situação, considera-se que, se fossem firmadas parcerias entre instituições do próprio município para coordenarem a atividade, se houvesse maior sensibilização por parte do poder público em relação ao turismo e se a comunidade como um todo obtivesse maior participação e poder nas decisões, a situação atual do roteiro poderia ser revertida através de planos, programas e projetos que viabilizassem sua revitalização.

Palavras-Chave: Turismo Rural, Planejamento, Desenvolvimento Rural

ABSTRACT

Dissertation of Master's Degree
Course of Master Degree in Rural Extension
Federal University of Santa Maria, RS Brazil

PLANNING OF TOURISM IN RURAL AREAS A study of Nostra Colônia project – Jaguari, RS

Author: FLÁVIA DE ARAÚJO PEDRON
Adviser: JOAQUIM ANÉCIO DE JESUS ALMEIDA
Date and Defense Place: Santa Maria, Janeiro 24th, 2007.

The practice of planning is fundamental when the implementation of rural tourism is intended. A properly conducted planning provides insights into positive as well as negative impacts of an action or innovation. In this sense, this study ascertains the different phases of rural tourism activity in the Nostra Colonia Project, in Jaguari, RS. Rural tourism in this county was implemented through a partnership between the municipality and SEBRAE (Brazilian Support Service to Micro and Small Enterprises). Bibliographical research was important to define the concepts, draw the frameworks and establish the phases of planning. In the field work, interviews were conducted with the participants of the project in view of finding out how the project started, its development and the actual situation. The results show that the activity was duly planned but certain steps were not considered such as the marketing process, political factor and the peculiar features of rural environment which is completely different of the urban reality. As a matter of fact, rural tourism was implemented, it did show progress in its development but did not attain the stage of consolidation. On the contrary, it shows signs of decline and stagnation. Perhaps, the situation could be reversed if the local municipal authority paid proper attention to rural tourism through economic incentives and personnel allocation and if there is a strong integration between the entrepreneurs, SEBRAE and the local government.

Key-Words: rural tourism, planning, rural development

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Evolução populacional do município de Jaguari, 1990 - 2005.....	37
--	----

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - Mapa de localização do município de Jaguari-RS no Estado do RS.....	35
FIGURA 2 - Planejamento Operacional de Atividades Turísticas - 1999.....	43
FIGURA 3 - Origem dos turistas que visitam o Roteiro Nostra Colônia.....	55
FIGURA 4 - Radiais da Demanda Turística.....	56
FIGURA 5 - Composição do grupo visitante.....	57
FIGURA 6 - Meio de transporte utilizado.....	57
FIGURA 7 - Tempo de permanência dos turistas no local.....	58
FIGURA 8 - Meios de comunicação pelos quais souberam do Roteiro.....	58
FIGURA 9 - Ciclo de vida de uma destinação turística.....	65
FIGURA 10 - Etapas Teóricas do Planejamento e as realizadas pelo SEBRAE	68
FIGURA 11 - Esquema demonstrativo do desinteresse da Prefeitura Municipal de Jaguari-RS pela atividade turística.....	78
QUADRO 1 - Processo, fases e documentos do planejamento.....	23
QUADRO 2 - Abordagens do planejamento.....	25
QUADRO 3 - Projetos previstos para o desenvolvimento turístico em Jaguari - RS - 1999.....	46
QUADRO 4 - Elementos que compõem a Oferta de um Produto Turístico.....	52
QUADRO 5 - Fatores internos e externos decorrentes do planejamento estratégico de revitalização do projeto.....	60
QUADRO 6 - Ações previstas para a revitalização do projeto.....	61
QUADRO 7 - Administrações Municipais de Jaguari-RS com respectivos períodos de vigência e atitude política vis-à-vis turismo.....	74

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A - Fotos do Município de Jaguari.....	91
ANEXO B - Croqui do Roteiro Nostra Colônia.....	92
ANEXO C - Fotos do Núcleo Fontana Freda.....	93
ANEXO D - Fotos do Núcleo Chapadão.....	94

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A - Instrumento de Coleta de Dados.....	97
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	19
2.1. Importância do Planejamento no Turismo Rural.....	19
2.2. Definições de Planejamento.....	21
2.3. Fases do Processo de Planejamento.....	23
2.4. Abordagens do Planejamento.....	25
2.5. Políticas de Turismo Rural no Brasil.....	28
3. MÉTODOS E TÉCNICAS.....	32
3.1. Procedimentos Metodológicos.....	32
3.1.1. Pesquisa Bibliográfica.....	33
3.1.2. Pesquisa de campo.....	33
3.2. Técnica utilizada na pesquisa.....	33
3.3. Análise e interpretação dos dados.....	34
4. CONTEXTUALIZANDO A ÁREA ESTUDADA.....	35
4.1. Aspectos Históricos e Culturais.....	36
4.2. Aspectos Geográficos.....	37
4.3. Aspectos Demográficos.....	37
4.4. Aspectos Econômicos.....	38
4.5. Rota Caminho das Origens.....	38
4.6. Jaguari e seus atrativos.....	39
4.7. Roteiro Nostra Colônia.....	40
5. O PROCESSO DE PLANEJAMENTO EM JAGUARI-RS.....	43
5.1. Início do Turismo em Jaguari-RS.....	43
5.2. Convênio SEBRAE - Prefeitura Municipal.....	44
5.3. O Turismo Rural em Jaguari-RS.....	45
5.4. Origem do Roteiro Nostra Colônia.....	48
5.5. Implantação do Roteiro.....	49
5.6. Desenvolvimento do Roteiro.....	52
5.6.1. Sob o viés da oferta.....	52

5.6.2. Sob o viés da demanda.....	54
5.7. Revitalização do Roteiro.....	59
5.8. Situação Atual do Roteiro Nostra colônia.....	63
5.9. Atuação do SEBRAE.....	67
5.10. Atuação do Poder Público.....	72
5.10.1. Administração 1997-2000.....	74
5.10.2. Administração Atual.....	76
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
8. ANEXOS	90
9. APÊNDICE.....	96

INTRODUÇÃO

O turismo rural¹, no Brasil, vem sendo destacado na academia e na política como uma possibilidade de proporcionar desenvolvimento no meio rural. Na academia, através de disciplinas, publicações, grupos de pesquisa e eventos². Na política, recentemente através das Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural, do Ministério do Turismo.

Essa concepção de que o turismo rural possa alavancar a dinamização do espaço rural muitas vezes gera expectativas exageradas. Nesse sentido, necessita-se avaliar o potencial de uma localidade de maneira realista, não superestimando os recursos existentes (Kastenholz, 2006, p. 137).

Nesse sentido, o trabalho com atrativos, equipamentos e serviços necessita ser desenvolvido de maneira cautelosa. Juntamente com a oferta, as pesquisas voltadas à demanda tornam-se de indispensável realização, pois estas permitirão a compreensão dos motivos que levam os turistas a optarem por um determinado destino, bem como o entendimento de suas expectativas para melhor satisfazê-los.

O visitante que busca o turismo em áreas rurais como opção de lazer constitui um segmento turístico promissor nos últimos tempos. Inicialmente, era realizado aleatoriamente, sem nenhuma programação específica, feito por grupos isolados e com motivação própria. Com o passar do tempo, esse tipo de turismo começa a ser mais vislumbrado pelas pessoas em função da mídia, através das novelas, de revistas, livros, etc. Hoje existe uma demanda exigente, o que faz com que agências abordem o turismo rural em pacotes e serviços turísticos.

Nesse sentido, a atividade é relativamente nova no Brasil. Apesar de existirem muitas iniciativas, poucas são consolidadas. Diante das experiências existentes, somente nos últimos anos têm-se preocupado com a sensibilização e

¹ Consultar Del Grossi & Graziano da Silva (2002) e Cavaco (2006) para informações acerca do surgimento do turismo em espaços rurais.

² Os eventos específicos de turismo rural e de maior abrangência no Brasil são: Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável - CITURDES, Congresso Brasileiro de Turismo Rural - CBTR e Feira Nacional de Turismo Rural - FEIRATUR.

ordenamento do turismo rural, diferentemente dos países europeus que há décadas vêm desenvolvendo o turismo rural com sucesso.

No Brasil, a primeira iniciativa, em termos de registros oficiais, foi em Lages - SC, em 1984. A partir desse marco, o turismo rural vem ganhando cada vez mais importância no cenário rural com a formatação de novos empreendimentos e roteiros em diversos municípios brasileiros. Por um lado, essas experiências surgem como iniciativas particulares dos empreendedores que percebem no turismo uma possibilidade de renda a mais para complementar o orçamento familiar. De outro lado, mais recentemente, o poder público de algumas localidades também tem estimulado o desenvolvimento turístico nas suas áreas rurais, aproveitando os atrativos naturais e culturais da sua região.

Os incentivos que ocorrem se dão pelo fato de que o turismo geralmente é concebido como um fator de desenvolvimento, considerando os efeitos econômicos que este pode possibilitar. Contudo, obtém-se uma visão muito limitada do turismo. Fundamentada na geração de emprego e renda, a atividade muitas vezes é desenvolvida sem levar em conta os aspectos sociais e culturais que podem ser conservados através do desenvolvimento do turismo. O resgate da cultura e da história, de crenças e lendas do local, a preservação ambiental e arquitetônica, a elevação da auto-estima da família através do contato com os visitantes, são elementos importantes no desenvolvimento da atividade.

Sob este enfoque, ressalta-se que o turismo rural, além de ser uma alternativa de diversificação das atividades agropecuárias, não se fundamenta somente no aspecto econômico. O turismo rural envolve várias dimensões, tais como ambientais, sociais, culturais e econômicas, por isso o tema é complementado na academia por outras áreas do conhecimento, tornando-se interdisciplinar.

Assim, a atividade aparece como uma alavanca em algumas localidades e até mesmo em regiões. Contudo, à medida que a atividade foi crescendo, aumentou também a necessidade de sua organização.

Em algumas localidades, o turismo rural vem se consolidando, e outros municípios começam a inserir essas propostas em seu planejamento, como por exemplo os municípios³ que compõem a Quarta Colônia de Imigração Italiana. Assim, torna-se de fundamental importância, nesse momento, uma reflexão em

³ Restinga Seca, Ivorá, Dona Francisca, São João do Polêsine, Silveira Martins, Faxinal do Soturno, Nova Palma, Pinhal Grande e Agudo.

torno das experiências existentes no turismo rural, verificando como os produtos e serviços nessa modalidade de turismo surgem, de que maneira são trabalhados e de que forma são divulgados e comercializados. Por esses motivos, a abordagem desta pesquisa irá se focalizar no planejamento⁴ do turismo rural.

A realização de um planejamento possibilita transformar uma situação presente em outra que seja almejada. Quando há a pretensão de que o processo de planejamento ocorra, zela-se para que alguns itens sejam levados em conta. Fatores como a aceitabilidade da comunidade, a concordância dos atores em relação à situação que se deseja alcançar, a participação efetiva dos órgãos envolvidos e a presença permanente de motivação, já que o processo na maioria das vezes traz resultados somente a longo prazo.

Os conceitos de planejamento estão intimamente ligados ao desencadeamento de mudanças. Algumas definições são simples, outras mais complexas, contudo, todas contribuem para melhor entendimento das experiências de planejamento. Porém, são suas classificações que restringem o tipo de planejamento que se está trabalhando. Neste trabalho será apresentado o aspecto temporal, geográfico, econômico, administrativo, intencional e agregativo. Estes possibilitam verificar em que esferas o processo ocorre, se em nível local, nacional ou internacional.

De acordo com isso, ressalta-se também que o planejamento não é um fenômeno estanque, sempre idêntico, porque a implantação da atividade é diferenciada, dependendo da localidade onde esteja sendo desenvolvida. Características geográficas, culturais e econômicas desencadeiam processos distintos, sobretudo em um país tão extenso como o Brasil.

Diante das interfaces que permeiam o processo de planejamento turístico no meio rural, este estudo trata esta ação como necessária no setor, fazendo principalmente com que a implantação do turismo não descaracterize o meio rural. Além disso, órgãos competentes que trabalham para o desenvolvimento da atividade devem balancear as ameaças e oportunidades, fazendo com que, na fase em que o produto está sendo planejado, consiga-se trazer os maiores benefícios possíveis para uma localidade.

⁴ O planejamento tem como função “organizar, dirigir e controlar as ações a serem realizadas. É a determinação antecipada dos objetivos a serem atingidos e dos meios pelos quais esses objetivos devem ser atingidos. É a decisão do que fazer, de como fazer e quem deverá fazê-lo” (PETROCCHI, 2001, p. 66-67).

Perante esses aspectos, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar o processo de planejamento do Roteiro Turístico “Nostra Colônia”, no município de Jaguari-RS. O Roteiro teve seu início no ano de 2000. A inserção da atividade se deu em decorrência do diagnóstico socioeconômico da cidade publicado em 1998, o qual, em suas recomendações, apontou o turismo como um setor propício a ser desenvolvido no município. Posteriormente à decisão do poder público em aderir ao turismo, formalizou-se um convênio entre a Prefeitura Municipal e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE.

Ao longo do processo, ocorreram “altos e baixos” no Roteiro Nostra Colônia. No início, a atividade impulsionou os proprietários, gerando grandes expectativas, todavia, ultimamente, o produto turístico que já envolveu 14 empreendimentos, conta apenas com 10. Isso pode estar atrelado a uma seleção natural dos empreendimentos com habilidade para a atividade. Outra hipótese seria a falta de estímulos para a continuidade da atividade nas propriedades ou ainda, que a desistência de alguns empreendedores pode ter ocorrido devido ao descaso dos agentes planejadores do roteiro. A partir disso, tornou-se instigante a pesquisa no local.

Como objetivos específicos, definiram-se resgatar as etapas desenvolvidas durante o planejamento do roteiro no município; descrever a demanda e oferta turística no local; identificar os motivos que levaram proprietários rurais a se inserirem no roteiro turístico; verificar o nível de envolvimento dos proprietários nas fases do planejamento do roteiro e explicar as causas pelas quais ocorreu sua estagnação.

A estrutura do presente trabalho está dividida em quatro capítulos. O primeiro capítulo se refere à Revisão Bibliográfica, onde, através da literatura, fundamentaram-se os conceitos de planejamento, sua importância na atividade turística, às abordagens e fases que compõem um processo de planejamento e as políticas de turismo rural no Brasil.

No segundo capítulo, apresentam-se os métodos e as técnicas utilizadas neste trabalho, ou seja, estão descritos os procedimentos metodológicos, a técnica utilizada na pesquisa e como foi realizada a análise e interpretação dos dados.

No capítulo seguinte, são apresentados os resultados e realizadas as discussões pertinentes ao estudo. Este capítulo foi dividido em três partes: primeiro contextualizou-se o espaço onde se deu a pesquisa, apresentaram-se brevemente

características do município de Jaguari-RS e posteriormente descreveram-se as propriedades integrantes do Roteiro Nostra Colônia. Logo após, resgatou-se todo o processo de planejamento do turismo rural no município, desde as ações iniciais até a situação atual do Roteiro. A última parte deste capítulo busca discutir como se deu a atuação da Prefeitura Municipal e do SEBRAE, tentando identificar os motivos pelos quais houve o desligamento desses em relação à atividade.

Por fim, retomam-se as questões mais relevantes do trabalho de pesquisa nas considerações finais.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Importância do planejamento no turismo rural

O turismo em áreas rurais é um segmento do setor turístico que vem se destacando frente a uma crescente demanda interessada em espaços verdes, rusticidade, lidas campeiras, paisagens naturais, tranquilidade e contato com a cultura local.

Percebe-se que, diferentemente do turismo em áreas urbanas, onde a tecnologia predomina e os serviços são praticamente padronizados, o turismo em áreas rurais se utiliza de recursos provenientes do próprio espaço para satisfazer as necessidades dos visitantes.

Isso nos remete à afirmação de que o turismo se dá de diversas formas em diferentes contextos, sempre levando em conta que pessoas, culturas e atividades, principalmente no meio urbano e rural, ainda se estabelecem de formas distintas.

No espaço rural, há maior presença do silêncio, dos ruídos da natureza, a concepção de tempo e de espaço é peculiar, as práticas agrícolas e as criações de animais formam paisagens que se diferenciam de outros ambientes. Somado a isso, a permanência da simplicidade, da naturalidade, da receptividade, faz da cultura existente nesse meio um dos principais motivos para o turista que busca o ambiente rural.

Mediante essas características, percebe-se que a implantação do turismo rural em uma localidade, para que obtenha êxito, deve levar em conta todos esses fatores que constituem e simbolizam o espaço rural. Se esses aspectos forem relevantes frente ao processo de planejamento, haverá chance maior de evitar os impactos negativos e maximizar os efeitos positivos que podem ser gerados pela atividade.

O turismo rural, quando seriamente planejado, pode proporcionar à comunidade diversos benefícios, como os exemplos citados pelo Ministério de Turismo:

a diversificação da economia regional, a melhoria das condições de vida das famílias rurais; a interiorização do turismo; a difusão de conhecimentos e técnicas das ciências agrárias; a diversificação da oferta turística; a diminuição do êxodo rural; a promoção de intercâmbio cultural; a conservação dos recursos naturais; o reencontro dos cidadãos com suas origens rurais e com a natureza; a geração de novas oportunidades de trabalho; a melhoria da infraestrutura de transporte, comunicação e saneamento; a criação de receitas alternativas que valorizam as atividades rurais; a melhoria dos equipamentos e dos bens imóveis; a integração do campo com a cidade; a agregação de valor ao produto primário por meio da verticalização da produção; a promoção da imagem e revigoração do interior; a integração das propriedades rurais e comunidade; a valorização das práticas rurais, tanto sociais quanto de trabalho e o resgate da auto-estima do campesino (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004, p. 9-10).

Todavia, algumas observações são pertinentes em relação ao desenvolvimento da atividade pois

não se pode tomar o turismo como uma atividade eminentemente positiva. Na realidade, o turismo não planejado pode a médio e longo prazo gerar mais conseqüências negativas do que positivas sobre a sociedade local (DIAS, 2003, p.28).

Assim, apesar da quantidade de benefícios que o turismo pode trazer a uma comunidade ou região, é necessária a atenção dos gestores na prática do planejamento. Caso contrário, as conseqüências negativas ocorrerão com maior incidência, freqüência e irreversibilidade.

A atividade turística, quando não planejada,

pode ocasionar conflitos sociais, degradação da natureza, desorganização do setor empresarial, perda da demanda, prejudicando o ciclo de vida do destino. Esta problemática deve-se ao fato de que, quando não-controlado, o turismo torna-se uma atividade invasora que pode deteriorar os recursos culturais e naturais de um destino (DREHER, 2003, p. 241).

Devido a esses fatores, a prática do planejamento é tida neste estudo como necessária no setor e exerce enorme importância visando ao desenvolvimento do turismo em locais com potencial para isto.

2.2 Definições de Planejamento

O planejamento consiste basicamente em modificar uma realidade atual em outra almejada. O planejamento como processo, segundo alguns autores, é caracterizado pela ação, provocando mudanças e transformações.

A prática do planejamento se dá visando ao benefício de algo ou de uma população. Geralmente, não se planeja para piorar uma situação, mas sim para melhorá-la. Para isso, as ações necessitam estar sistematizadas, como afirmam Molina & Rodriguez e Boiteux & Werner, respectivamente,

planejamento é o resultado de um processo lógico de pensamento, mediante o qual o ser humano analisa a realidade abrangente e estabelece os meios que lhe permitirão transformá-la de acordo com seus interesses e aspirações (MOLINA & RODRIGUEZ, 2001, p.80).

planejamento é a determinação antecipada dos objetivos a serem atingidos e dos meios pelos quais esses objetivos devem ser atingidos. É a decisão do que fazer, como fazer e quem executará as funções determinadas (BOITEUX & WERNER, 2003, p.9).

Os conceitos citados acima fazem parte de uma série de definições existentes sobre o planejamento. De uma forma mais simplificada, demonstram que é inerente ao planejamento a construção de um objetivo que guiará todo o processo e escolhas dos meios que serão utilizados para alcançá-los.

Neste trabalho, o conceito de planejamento utilizado assume forma mais complexa, sendo realizado em fases e de forma sistematizada, conforme expresso por Carvalho:

o planejamento é um processo, um conjunto de fases pelos quais realiza uma operação. Sendo um conjunto de fases, um processo, a sua realização não é aleatória. O processo é sistematizado, obedece as relações precisas de interdependência que o caracterizam como um sistema, como um conjunto de partes coordenadas entre si, de maneira a formarem um todo, um conjunto coerente e harmônico visando alcançar um objetivo final determinado (CARVALHO, 1979, p.36).

Mediante isto, a palavra planejar, neste estudo, vem em contraposição à aleatoriedade. O planejamento envolve as dimensões sociais, ambientais, políticas e culturais sobre o local onde é realizado. A necessidade de mudança, aliada a essas dimensões, pode desencadear muitos fatores positivos. Porém, a aleatoriedade não

combina com esse processo, que exige organização e revisão constantes para focalizar o objetivo principal e realizar redirecionamento das ações quando necessário, conforme enfatiza Barretto:

o planejamento é uma atividade, não é algo estático, é um dever, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que têm de ser coordenados para se alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, é lícita a permanente revisão, a correção de rumos, pois, exige um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos (BARRETTO, 2000, p.12 citado por DIAS, 2003, p.88).

Percebe-se que o conceito de planejamento que se está trabalhando é diferente do realizado constantemente em nosso dia-a-dia. O planejamento, quando abrange um nível maior de complexidade, exige metodologia adequada para alcance dos objetivos e ações documentadas para registro do processo.

Nesse sentido, o planejamento se utiliza dos planos, programas e projetos⁵ como instrumentos que possibilitam obter de uma forma organizada os resultados nos seus devidos prazos. Em relação à utilização desses termos, Carvalho (1979, p.38) diz que “a execução de uma atividade pode ocorrer sem plano, programa ou projeto, e essa ação ser de boa ou má qualidade. Todavia, plano, programa e projeto sem a execução perdem todo o sentido da sua realização.”

No planejamento turístico, os planos, programas e projetos são utilizados com o intuito de

ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade. (RUSCHMANN, 1997, p.9)

Contudo, para que este ordenamento seja válido para o turismo, deve

estar obrigatoriamente em harmonia com os interesses da comunidade local, do turismo e do meio ambiente. A harmonização desses elementos significa garantir a sustentabilidade da atividade por meio do tripé elementos culturais/antrópicos, ecológicos e econômicos (ZIMMERMAN, 2000, p.130).

⁵ Segundo Barretto (1991, p. 41), “a diferença entre plano, programa e projeto está na sua área de abrangência e no seu grau de abstração. O plano é a filosofia geral e abrange o sistema por inteiro. O programa abrange um setor e constitui uma proposta prática, aprofundada, do plano. O projeto abrange o detalhamento das alternativas de intervenção, constituindo-se na unidade elementar do sistema.”

2.3 Fases do processo de planejamento

PROCESSO RACIONAL		FASES METODOLÓGICAS	DOCUMENTOS
Reflexão diagnóstica	Análise	Escolha/ Diagnóstico	Proposta preliminar Diagnóstico
	Decisão	Definição de objetivos	Estudos de viabilidade
	Criação	Propostas de intervenção	Planos, programas, projetos
Ação	Intervenção	Implementação controle	Roteiros, normas, manuais, relatórios
Reflexão crítica	Crítica	Avaliação, <i>feedback</i>	Relatórios

Quadro 1 - Processo, Fases e Documentos do Planejamento

Fonte: Baptista (1981, p.21) citado por Barreto (1991, p.30)

Um processo de planejamento perpassa todos esses elementos mostrados no Quadro 1 em seu desenvolvimento. Eles serão descritos na seqüência.

Inicialmente, ocorre uma análise por parte dos envolvidos com o intuito de estabelecer o que será planejado. Essa escolha geralmente é desencadeada por uma situação problema. Posteriormente à escolha, é realizado o diagnóstico, que embasará as ações posteriores. Em um diagnóstico,

incluem-se alguns procedimentos tais como: coleta de dados, análise das informações obtidas e da situação atual. São listados, quantificados e qualificados os problemas e estabelecidas as tendências atuais (DIAS, p.97, 2003).

Na seqüência, são definidos os objetivos. Nesse momento, define-se a situação futura que se pretende alcançar através da ação planejada. Essa fase resulta em estudos de viabilidade, que, segundo Barreto (1991, p.39), passam por quatro princípios: “aceitabilidade por parte dos envolvidos, exequibilidade em virtude do tempo e dos recursos, motivação para estimular a exequibilidade e simplicidade para ser de clara compreensão”.

Definidos os objetivos, passa-se à fase em que são criadas alternativas de intervenções. Nesse momento são elaborados os documentos: planos, programas e projetos⁶.

Através desses, inicia-se a implantação e o controle, num processo marcado não mais pela reflexão, mas sim pela ação. Nessa fase se reúnem os recursos humanos, financeiros e institucionais para o andamento do projeto. Ruschmann (1991, p.42) diz que esse “é o momento de se capacitar o setor operacional, obter recursos efetivos, obter leis se necessário e efetuar testes”.

Com a organização efetuada, parte-se para a implantação e execução do projeto. Assim, inicia-se a vida do produto, colocando em prática os passos previstos nas fases anteriores.

A última fase retratada no Quadro 1 é a avaliação. Nesta, volta-se ao processo de reflexão. É realizado um *feedback* no processo de planejamento, constatando se este ocorreu de modo satisfatório ou não, se foram alcançados os objetivos iniciais e se a metodologia foi adequada. A partir dessa avaliação, novos problemas serão apontados, sendo que o planejamento continuará com outros projetos para realização de adequações e resolução de novas dificuldades.

Contudo, é imprescindível ter conhecimento de que,

embora costumemos falar sobre etapas do processo de planejamento...devemos sempre nos lembrar de que o processo nunca é totalmente linear (isto é, A que leva a B, que leva a C que leva a D e retorna a A). Há *feedback*, ajuste e mudança constante entre todos os componentes do processo (HALL, 2004, p.114).

E ainda Beni complementa:

O planejamento é um processo contínuo, permanente e dinâmico, é ele que mantém o sistema de turismo ativo continuamente porque conta com uma perene realimentação, pois a atividade revela enorme interdependência e interação dos elementos que a compõem (BENI, 1998, p.110).

Ou seja, o planejamento não é estático e por isso não existe uma fórmula contendo o lugar de cada uma das etapas. Existe uma interdependência entre as fases, para que, se necessário, haja a reformulação de ações e projetos.

⁶ Já descritos na página 22.

2.4 Abordagens do Planejamento

O planejamento, dependendo do contexto em que é desenvolvido, pode se estabelecer por meio de diversas abordagens. É o que retrata Barretto (1991) através das classificações do planejamento baseadas em Holanda (1985), conforme expresso no Quadro 2.

Aspectos	Classificação	Sub-classificação
Temporal	Curto prazo Médio prazo Longo prazo	
Geográfico	Mundial, continental Nacional, estadual, regional Multi-regional, micro-regional Municipal, ou local	Urbano Rural
Econômico	Macro-econômico Micro-econômico	
Administrativo	Público (normativo) Privado (indicativo)	Centralizado Descentralizado
Intencional ou teleológico	Estratégico Tático	
Agregativo	Global Setorial Local	

Quadro 2 - Abordagens do Planejamento

Fonte: Barretto (1991, p.17) baseado em Holanda (1985).

Percebe-se, conforme Barretto (1991, p.17), que “o planejamento pode ser classificado em vários tipos obedecendo a diferentes abordagens”.

Os aspectos temporais compreendem o tempo estabelecido para o desenvolvimento do planejamento, bem como suas ações. O tempo estimado ao planejamento de longo prazo é de 20 anos, podendo variar de acordo com os objetivos propostos; o planejamento a médio prazo se dá em torno de 5 anos; e o de curto prazo se focaliza em ações mais imediatas (RUSCHMANN, 1997, p.92).

Em relação aos aspectos geográficos, estes seguem a idéia de dimensão territorial⁷, na qual as grandes extensões se dão em escalas mundial, continental, nacional e estadual e quando ocorre em pequenas extensões, municipal e local. Independentemente disso, pode ainda ser classificado como urbano ou rural. Os aspectos econômicos também se dão em extensões: as grandes, que se caracterizam como macro-econômicas e as pequenas, micro-econômicas.

Já o aspecto administrativo vai depender, segundo Barretto (1991, p.18), “de quem gerencia os fundos, se o estado ou a empresa privada”. O aspecto administrativo pode ser subclassificado em centralizado ou descentralizado. A medida centralizadora, apesar de ser tida como ineficaz, ainda é muito utilizada. Essa prática,

possibilitou o estabelecimento de um padrão administrativo concentrador, clientelista e autoritário, uma ordem hierárquica que nos faz pensar a imagem de uma pirâmide rígida e estruturante (JARA, 1998, p.84).

Nesse caso, não há envolvimento e interação dos órgãos administrativos com a população de um país/localidade para a constatação e resolução dos problemas sofridos por estes.

Ao contrário, as medidas descentralizadoras começaram a aparecer nas últimas décadas com uma possibilidade maior de garantir resultados mais satisfatórios através da participação das pessoas. Segundo Ricci (2004, p.10), a palavra descentralizar “significa transferir, não apenas a execução, mas ao menos parte do planejamento, para instâncias inferiores da estrutura administrativa de uma ação planejada centralmente”. Nesse sentido, Jara (1998, p.162) complementa que “a descentralização, como forma de democratizar práticas decisórias e como estratégia de distribuição do poder dentro da sociedade e no interior do estado, facilita o processo de planejamento”.

É nesse âmbito que emerge o planejamento participativo. O planejamento,

para que seja efetivamente participativo, deve qualificar a participação. Nesse sentido, a participação não pode ser confundida

⁷ O território é percebido como trama de relações com raízes históricas, configurações políticas e identidades que desempenham um papel ainda quase desconhecido no processo de desenvolvimento econômico. Assim, o território não constitui simplesmente a base física para as relações entre indivíduos e empresas, o território possui um tecido social, uma organização complexa que extrapola os atributos naturais e os custos de transporte e comunicações (ABRAMOVAY, 2000).

como mera colaboração ou distribuição de competências. Só devemos considerar efetivamente participativo o planejamento que compartilha o poder (CAMARGO, 2004, p.18).

Nesse sentido, o planejamento participativo se mostra de extrema validade porque a voz da comunidade constitui presença imprescindível no processo de mudança. Contudo, o que geralmente ocorre é que muitos planejadores aplicam metodologias ditas “participativas”, mas não a aplicam em sua essência. Ou seja, abrem espaços de discussão com a comunidade, mas acabam controlando e decidindo as ações finais.

Dando seqüência às abordagens do planejamento, o aspecto intencional/teleológico exposto no Quadro 2 é dividido entre o Estratégico e o Tático. O Planejamento Estratégico, segundo Beni (1998, p.112), “ocupa-se das decisões que são tomadas pelas mais altas autoridades do setor”, neste caso, o setor de turismo. Já o Planejamento Tático ou Operacional, de acordo com o mesmo autor,

por estar relacionado com os aspectos operacionais e ligado, conseqüentemente, ao nível de execução, utiliza os recursos disponíveis e os emprega na realização dos objetivos imediatos resultantes das decisões estratégicas (BENI, 1998, p.112).

O que se percebe é que um está diretamente ligado ao outro, sendo que a diferenciação está nos gestores que trabalham em cada um dos planejamentos. O estratégico formula objetivos, políticas e prevê a utilização de recursos, sendo que o operacional busca a concretização destes objetivos através dos recursos disponíveis.

Em relação ao aspecto agregativo, Barretto (1991, p.19) diz que “um planejamento será global na medida em que tenha um grande território e uma administração central, e será setorial na medida inversa”. Porém, independentemente de ser global, nacional ou local, os órgãos públicos são responsáveis em grande parcela pelo ordenamento da atividade turística no país, são eles que promovem e viabilizam o aumento da atividade. Devido a isso, Costa afirma que

planejamento é uma atividade cujos resultados são fortemente influenciados pela situação específica de cada lugar, pela “agenda” de prioridades dos políticos e das organizações e pela capacidade de *lobbying* exercida por determinados grupos para influenciar o processo de tomada de decisão a seu favor. (COSTA, 2003, p.194).

Ou seja, em grande parte o desenvolvimento do turismo depende dos governos e este muitas vezes perde lugar em uma triagem onde são elencadas as prioridades políticas. Isso pode ocorrer pela falta de verbas, pela falta de legislação ou até mesmo pode estar relacionado ao desconhecimento dos benefícios que a atividade turística pode gerar.

Levando isso em conta, percebe-se a importância de haver políticas nacionais de turismo que possibilitem o conhecimento e fomentem o desenvolvimento da atividade em estados e municípios. Acontecendo isso, caberiam aos órgãos de turismo as competências mencionadas abaixo:

aos órgãos públicos de turismo em nível federal cabem a formulação das diretrizes e a coordenação dos planos em âmbito nacional e dos que se projetem para o exterior; e aos órgãos estaduais e locais cabem, com o apoio federal, a concepção dos programas e a execução dos projetos regionais e locais. Da mesma forma, e com igual apoio, compete a eles a iniciativa dos melhoramentos e equipamentos necessários ao uso público das áreas de interesse turístico (BENI, 1998, p.102).

2.5 Políticas de Turismo Rural no Brasil

Como foi dito anteriormente, o turismo vem progressivamente ganhando importância frente aos órgãos governamentais como um setor capaz de possibilitar o desenvolvimento em regiões com potencial para a atividade. O desenvolvimento é tido como objetivo implícito e abstrato nos processos de planejamento. Embora os projetos possuam objetivos concretos e pontuais, eles buscam numa abrangência maior o desenvolvimento.

O desenvolvimento que vem ao encontro deste estudo se dá em uma determinada realidade/localidade, por isso denominado desenvolvimento local. O desenvolvimento local

é um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local (BUARQUE, 1999, p.23).

O desenvolvimento local possibilita que as áreas próximas e homogêneas possam ser trabalhadas mais eficazmente, ao contrário de grandes extensões territoriais onde a diversidade torna impossível a aplicação de único modelo de desenvolvimento.

Ainda, independentemente da abrangência do modelo de desenvolvimento, esse compreenderá várias esferas, como aspectos sociais, ambientais e econômicos. Isso porque o desenvolvimento não se verifica somente pelo viés econômico, como muitas vezes é tido, mas sim é dado pelo equilíbrio entre todos os aspectos mencionados (BOVO, 2005, p.61).

No turismo rural esse desenvolvimento mencionado acima pode ser alcançado através do ordenamento da atividade. Diante disso, Zuanazzi afirma que,

na tentativa de ordenar o turismo rural no país, e diante do relevante crescimento do número de propriedades rurais que estão incorporando atividades turísticas em suas rotinas, percebe-se que a estruturação e a caracterização do turismo desenvolvido nessas propriedades fazem-se necessárias, para que essa tendência não se transforme em uma busca imediatista e desordenada de rendimentos fáceis (ZUANAZZI, 2003, p.16).

Enquanto as ações necessárias não se tornam em iniciativas mais concretas e consolidadas, a atividade continua a ser desenvolvida apesar dos problemas que são enfrentados pelos empreendedores como apontam Campanhola & Graziano da Silva:

atividades do segmento não-regulamentadas, informação e comunicação deficientes, incentivos ao turismo rural insuficientes, pouca articulação institucional, infra-estrutura precária, comunidades locais pouco envolvidas, pessoal pouco capacitado e promoção e comercialização ineficientes (CAMPANHOLA & GRAZIANO DA SILVA, 2000, p.172).

Mediante esta situação,

o governo atual sensível a complexidade e aos desafios que a discussão do desenvolvimento do turismo rural comporta, ressaltou em suas diretrizes para o segmento que iniciativas públicas e privadas têm se mostrado insuficientes, no sentido de promover e fomentar o desenvolvimento dessa atividade (VIEIRA, 2005, p.64).

Uma das últimas iniciativas do Ministério do Turismo foi a elaboração das Diretrizes do Turismo Rural no Brasil. Estas seguiram as recomendações da Carta

de Santa Maria, na qual os participantes do Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, realizado em 1998, propuseram “que as instituições governamentais estabeleçam, em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo rural”.

Nesse sentido, oficinas foram realizadas em vários estados do Brasil, com o intuito de debater a temática do turismo rural, envolvendo instituições com interesse no assunto. Os resultados provenientes desses encontros deram origem às Diretrizes de Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil.

Cabe nesse momento destacá-las, já que as diretrizes compõem uma das ações governamentais visando ao planejamento da atividade em nível nacional e servirão para níveis inferiores, sofrendo adaptações necessárias ao contexto trabalhado.

A diretriz⁸ 1 se refere ao ordenamento da atividade. Trata-se das questões ligadas à legislação e normatização do turismo, identificação e cadastramento dos serviços e caracterização da demanda.

A diretriz 2 constitui a informação e comunicação, ou seja, a realização e divulgação de pesquisas científicas que tratem do turismo rural, criação de uma rede de informações para disponibilização de dados e informações importantes.

A diretriz 3 menciona a articulação institucional, aspecto extremamente importante e, por isso, freqüentemente citado neste trabalho. Trata-se das parcerias entre empresas públicas e privadas e criação de entidades representativas de turismo rural.

A diretriz 4 se refere aos incentivos. Nesta, as estratégias estão em sua maioria focadas nas possibilidades de financiamentos e negociações nas concessões de créditos.

A diretriz 5 trata da capacitação, ou seja, preparação de mão-de-obra para fornecer serviços qualificados. Como estratégia possui a promoção de cursos e avaliação de metodologias.

A diretriz 6 estabelece o envolvimento da comunidade com a atividade. Baseia-se na importância da escolha e desenvolvimento de ações juntamente com a participação e interação com a comunidade, de forma integrada.

⁸ Informações baseadas nas Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil.

A diretriz 7 está relacionada à adequação e implantação de infra-estrutura básica e turística.

A formulação das diretrizes se deu em 2004, e a sua existência já demonstra uma preocupação dos órgãos públicos com o desenvolvimento adequado da atividade. Constitui um ponto positivo também a participação do Ministério do Turismo em seminários que vêm ocorrendo em todos os estados brasileiros no ano de 2006, com o intuito de apresentar e discutir as diretrizes acima descritas.

As diretrizes são de fundamental importância para o planejamento do turismo rural. Todo processo de planejamento, em algum momento entre suas fases, irá se deparar com os aspectos abordados nas diretrizes: ordenamento, informação/comunicação, articulação institucional, incentivo, capacitação, envolvimento da comunidade e infra-estrutura.

Resumindo, o planejamento possui uma teoria já consolidada, sendo que esta, quando realizada, torna-se favorável ao desenvolvimento do turismo. Contudo, o modelo de planejamento, quando aplicado na prática, deve levar em conta as características da realidade estudada, tornando-se maleável nesta transposição.

3 METODOS E TÉCNICAS

Entende-se por pesquisa a busca de soluções para um determinado problema. A pesquisa proporciona o conhecimento para quem a realiza e permite a descoberta de forma sistematizada, revelando dados e fatos importantes na construção da ciência.

Rudio (1982) complementa a idéia acima quando diz que, para ser científica, a pesquisa deve ser realizada de um modo sistematizado, através de um método próprio e técnicas específicas.

Método, segundo Schlüter (2003, p. 25), “é o caminho a seguir. Metodologia provém do grego e etimologicamente significa viagem que se realiza em busca de um objetivo específico”. Nesse sentido, o método tem como foco principal a escolha dos procedimentos, de modo que estes caracterizem a pesquisa e auxiliem na solução do problema.

Já a técnica consiste nos meios utilizados para obter as informações necessárias, através dos instrumentos utilizados como forma de coletar dados. Nesse sentido, na seqüência do texto estão descritos os métodos e as técnicas que foram utilizadas para a realização desta pesquisa.

3.1 Procedimentos Metodológicos

O presente estudo tem caráter qualitativo/descritivo. A pesquisa qualitativa possibilita o contato do pesquisador com o plano concreto do estudo, favorecendo o confronto entre a teoria e a realidade que é sempre complexa. Já o estudo descritivo, conforme Almeida (1989, p.71), “Descreve claramente as características de uma situação ou de um grupo de indivíduos”. Dessa forma, o trabalho confrontou as etapas de planejamento realizadas em Jaguari-RS com as etapas encontradas nas bibliografias consultadas, ou seja, complementou-se a prática com a teoria. Ainda, descreveu-se o processo de inserção do turismo no espaço rural do município até os dias atuais.

3.1.1 Pesquisa Bibliográfica

Para se obter um maior aprofundamento nos assuntos que se relacionam com o tema da pesquisa, pois segundo Dencker (1998, p.68), “nenhuma pesquisa se inicia do nada”. Realizou-se consulta em bibliografias referentes ao turismo rural, planejamento do turismo e alguns dados sobre o município de Jaguari, resgatando possíveis fatos referentes ao início do turismo rural no município.

3.1.2 Pesquisa de campo

A unidade de análise se constituiu nos estabelecimentos rurais, em informantes que são representantes da Prefeitura Municipal e representantes do SEBRAE. Nesse sentido, a pesquisa de campo se deu em três momentos. Nos dias 18 e 19 de julho de 2006, realizou-se a pesquisa com os empreendedores do Roteiro. Salienta-se que não foi possível o contato com todos os proprietários. Sendo assim, dos 14 empreendimentos que constituíam o roteiro, conseguiu-se entrevistar 10. Posteriormente, no dia 25 de agosto de 2006, voltou-se ao município de Jaguari-RS com a finalidade de buscar informações, nesse momento com um representante da Prefeitura Municipal. Ainda, foi feita consulta através de e-mail, com um representante do SEBRAE que trabalhou em Jaguari-RS como responsável pelo roteiro na época de implantação do mesmo.

3.2 Técnica utilizada na pesquisa

“A coleta de dados é a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade. Conforme as informações necessárias, existem diversos instrumentos e formas de operá-los”. (Dencker, 1998, p.137). No caso desta pesquisa, elaborou-se um instrumento de auxílio ao pesquisador consistindo em entrevista com perguntas abertas e fechadas⁹. Segundo Schlüter (2003, p.106), “a entrevista científica pode ser definida como uma situação frente a frente em que

⁹ Ver instrumento de coleta de dados no Apêndice A.

uma pessoa, o entrevistador, faz perguntas à outra, o entrevistado, com o objetivo de obter respostas pertinentes ao tema estudado.” O tipo de entrevista que se utilizou foi a estruturada. Nesta, “o pesquisador tem uma lista de perguntas que têm de ser formuladas na mesma ordem e nos mesmos termos” (Schlüter, 2003, p.106). As entrevistas abertas consistem naquelas em que o entrevistado tem liberdade de expressar com suas palavras a resposta à pergunta. Já as fechadas caracterizam-se por questões de múltipla escolha onde as respostas já estão determinadas.

3.3 Análise e interpretação dos dados

Por mais objetiva que os cientistas pretendem que a ciência seja, a interpretação dos dados sempre envolve algo mágico...criativo...um imaterial que ordena e dispersa o caos. É nesta etapa da pesquisa que procuramos entender uma faceta do discurso da natureza...o colorido de um conjunto caótico de números e fatos. Sem ela, somos apenas coletores de dados...mas não cientistas (VOLPATO, 2004, p.123).

Nesse sentido, buscou-se através do contato com a comunidade rural, desvelar o problema desta pesquisa. Isso envolveu observar um pouco o comportamento dos órgãos envolvidos neste estudo e tentar unir de maneira coerente os discursos dos diferentes atores participantes do processo de planejamento.

Como houve gravação das entrevistas realizadas, o primeiro passo foi a transcrição destas para o papel. O instrumento de coleta de dados foi dividido em blocos, sendo que cada um deles tratava sobre aspectos diferentes. Isso facilitou no momento que se procurou agrupar as respostas dos informantes. Posteriormente, a interpretação se deu no sentido de identificar os fatores que causaram a estagnação do Roteiro. Nas respostas de questões fechadas, estas foram tabuladas conforme as categorias já pré-determinadas e analisadas, e apresentou-se as mesmas através dos gráficos presentes neste estudo (ver página 55 a 58).

4. CONTEXTUALIZANDO A ÁREA ESTUDADA

A pesquisa foi realizada no Roteiro “Nostra Colônia”, no município de Jaguari – RS. O município localiza-se na região central do Rio Grande do Sul, segundo a distribuição das zonas turísticas do Estado, conforme pode-se verificar na Figura 1.

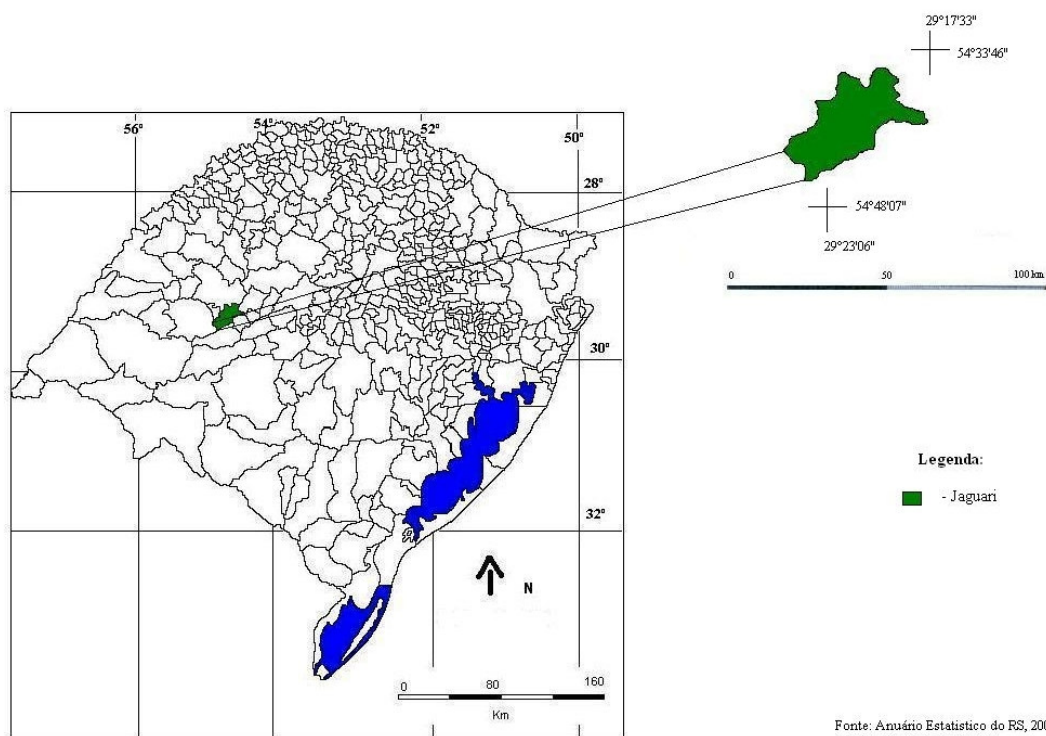


Figura 1 - Mapa de localização do município de Jaguari-RS no Estado do RS

Jaguari tem como municípios limítrofes São Vicente do Sul e Mata ao Sul; Santiago e Nova Esperança ao Norte; Jari e Toropi a Leste e São Francisco de Assis a Oeste. Dentro do Rio Grande do Sul, a cidade se encontra a 100 km de Santa Maria e 420 km de Porto Alegre.

4.1 Aspectos Históricos e Culturais¹⁰

Jaguari, que significa *rio do jaguar*, foi originada de uma redução jesuítica, batizada de São Tomé, no ano de 1871. Em 1887, por não haver mais terras devolutas em Silveira Martins (4ª Colônia do Império), a Comissão de Medição de Lotes de Silveira Martins passou a medir terras em Jaguari, onde os colonos foram destinados a se instalarem.

Aos poucos o local foi estabelecendo formas de ocupação colonial. Em outubro de 1889, foi criada, então, a Colônia de Jaguari. Nela, estabeleceram-se em torno de 1000 imigrantes italianos, vindo posteriormente poloneses, húngaros, alemães, franceses, portugueses e africanos (escravos libertos). Em 1892, Jaguari recebeu uma nova leva de 3.934 imigrantes, crescendo, além da população, questões relativas à infra-estrutura do local. Em 1893, Jaguari é elevada à categoria de distrito do município de São Vicente do sul.

Assim, após o crescimento do distrito, em 1920 acontece a emancipação de Jaguari, efetivada pelo Governo do Estado no dia 16 de agosto, pelo Decreto nº 2.627.

Em relação às tradições e aos hábitos, esses se cultuam através das festas existentes no município. Destacam-se como festas religiosas a Festa de Nossa Senhora da Conceição (padroeira do município) e a de São Cristóvão. A cidade ainda possui a Mostra de Produtos e Serviços de Jaguari e a Feira Industrial, Comercial e Agropecuária de Jaguari, a Festa dos Motoristas, o Torneio Internacional de bochas, o Grito do Nativismo, o Rodeio Internacional, o Carnaval de Rua, o Baile do Chope, o Festival da Uva, a Semana Farroupilha, a Semana da Cultura, o Encontro Municipal de Grupos de Senhoras. Mais especificamente no Núcleo de Chapadão, um dos locais desta pesquisa, é realizada a Festa do Imigrante Italiano.

As tradições folclóricas mais presentes são a gaúcha e a italiana. A gaúcha mantém-se através do Centro de Tradições Gaúchas - CTG Invernada do chapadão e piquetes filiados ao Movimento Tradicionalista Gaúcho - MTG, e a italiana é mantida pelas famílias através dos Grupos Folclóricos, destacando-se os do Chapadão e de Fontana Freda.

¹⁰ Informações provenientes do Diagnóstico Socioeconômico de Jaguari -RS (1998) e Freitas da Silva (2006).

4.2 Aspectos Geográficos¹¹

Em relação ao clima, predomina o temperado, com mínimas de 3°C nos meses mais frios e máximas de 38°C nos meses mais quentes. As precipitações são em torno de 1300 a 1500 mm anuais.

Jaguari possui, em sua hidrografia, arroios, córregos, riachos e rios. O rio Jaguari é o principal cursor d'água no município. Em relação ao relevo, em termos geológicos e geomorfológicos, o município apresenta-se inserido no compartimento denominado Depressão Central e Planalto Meridional (Rebordo e Topo).

4.3 Aspectos Demográficos

Em relação à população, em termos de tendência, o meio rural começou a perder seu contingente populacional para outras localidades já no início dos anos 90. Nota-se, conforme a Tabela 1 que 1997 foi o ano em que o predomínio da população começou a prevalecer nas áreas urbanas.

População/Ano	1990	1991	1997	2001	2005
Urbana	5.196	5.311	6.665	6.624	7.105
Rural	9.339	8.396	6.269	5.865	4.997
Total	14.535	13.707	12.934	12.489	12.102

Tabela 1 - Evolução populacional do município de Jaguari, 1990 - 2005

Fonte: Projeção FEE/CIE/NIS, 2006

¹¹ Dados provenientes do Diagnóstico Sócioeconômico de Jaguari -RS, 1998.

4.4 Aspectos Econômicos¹²

Jaguari é um município voltado à agropecuária. Esta é a principal fonte de arrecadação, contribuindo com 57% da receita total do total de ICMS¹³. Essas atividades consistem na produção de arroz, fumo, soja, milho, uva, citricultura, bovino de corte, suinocultura e outras. Já a indústria contribui com 10% do ICMS com a área de beneficiamento de arroz e vinho, entre outros produtos. Além disso, o comércio se apresenta com uma arrecadação de 23%, e o setor de serviços com cerca de 10%.

4.5 Rota Caminho das Origens

A possibilidade de desenvolver o turismo no município se deu através da participação de Jaguari na Rota “Caminho das Origens”. O caminho das Origens foi idealizado pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo Regional, fundado em 1996, e concebido pelo consórcio de 11 municípios, sendo eles São Pedro do Sul, Mata, Toropi, São Vicente do Sul, São Francisco de Assis, Nova Esperança do Sul, Santiago, Bossoroca, São Luiz Gonzaga, São Miguel das Missões e Jaguari.

O consórcio efetivou-se pela busca de encontrar uma alternativa viável de desenvolvimento e dinamização da economia local. Além dessa necessidade, o que aproxima as cidades da Rota é a contigüidade dentro do estado.

O nome Caminho das Origens é explicado pelas diversas características marcantes, ou seja,

municípios com horizontes amplos e abertos, áreas pré-desérticas aliadas à riqueza da mata de encosta, população de descendência ibérica, tendo como atrativo principal a própria história e o modo de viver, as atividades de campo em fazendas e estâncias típicas (SÃO VICENTE DO SUL e SÃO FRANCISCO DE ASSIS). Há municípios ligados à encosta do planalto, com belas paisagens, muito verde, balneários, grutas, matas ainda intocadas, população de descendência dos imigrantes italianos, alemães e outras nacionalidades, tendo como atrativos, belas moradias antigas, museus, grupos folclóricos (MATA, TOROPI, JAGUARI e NOVA ESPERANÇA DO SUL). A epopéia Missioneira e seu passado ligado à presença do indígena guarani aldeado em reduções pelos missionários jesuítas, seu principal atrativo se refere às ruínas das

¹² Dados retirados do Perfil do Município de Jaguari dos anos 1995/1996.

¹³ Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação.

Reduções Jesuíticas, possuindo também um rico folclore luso e de outras origens européias (SÃO MIGUEL DAS MISSÕES, SÃO LUIZ GONZAGA e BOSSOROCA). Outros municípios, (MATA e SÃO PEDRO DO SUL), que possuem riquezas geológicas e paleontológicas, belas cachoeiras, matas nativas e caminhos pelo interior. SANTIAGO é *suigeneris* no sentido que possui áreas campestres, declives de serra e contato com a saga missioneira (CAMINHO DAS ORIGENS, 2006).

Por todas essas características, chegou-se ao nome Caminhos das Origens, ou seja, origem indígena, lusitana, espanhola, gaúcha, italiana, alemã e outras. E ainda, o termo Rota significa “espaço aberto às comunicações, estradas de ligação comercial, caminho dos carreteiros do passado, estrada de ferro, estradas dos tropeiros do passado, hoje Rota do Mercosul, caminhos pelos campos, caminhos pelas matas, vales que são verdadeiros caminhos entre as alturas da serra, caminhos...” (CAMINHO DAS ORIGENS, 2006).

Uma rota de turismo se caracteriza pela abrangência de vários roteiros. No caso do Caminho das Origens, cada cidade, ou cada duas cidades formam um roteiro. Jaguari foi um dos primeiros municípios a se mobilizar na organização de um Roteiro. Nos dias atuais, outras cidades já estão se preparando com a formatação e organização de produtos turísticos bem como sua divulgação.

4.6 Jaguari e seus atrativos¹⁴

Antes de descrever os atrativos rurais, citar-se-ão os que estão presentes no centro comercial de Jaguari, pois servem como um complemento ao Roteiro de turismo rural, permitindo aos turistas alternativas de passeios pelo município.

Nesse sentido, dentre os atrativos estão a Igreja Matriz, a Ponte Rodoviária e da Viação Férrea sobre o Rio Jaguari, o Balneário Municipal Fernando Schiling, o Pórtico na entrada do município, a Barragem Furnas do Segredo e o Monumento do Obelisco, que foi construído em cima de um cerro próximo à cidade, em 1923, em comemoração ao centenário da Independência do Brasil.

Percebe-se que o município é bastante forte em atrativos histórico-culturais e aqueles que se encontram em meio à natureza. Com isso, a questão étnica integrada às características locais proporciona a atratividade do município. O relevo acidentado, com grande presença de morros, paredões, vegetação, agricultura e

¹⁴ Ver fotos em Anexo A

pecuária, misturam-se formando cenários atrativos aos olhos do visitante, confirmando a popularidade de que a cidade é conhecida como “Cidade das belezas naturais”.

Assim, nesse cenário surge o roteiro “Nostra Colônia”, descrito detalhadamente a seguir.

4.7 Roteiro Nostra Colônia¹⁵

O Roteiro de Turismo Rural “Nostra Colônia” está dividido em dois núcleos, denominados “Núcleo Chapadão” e “Núcleo Fontana Freda”. Apresenta-se, na seqüência do texto, uma breve descrição das propriedades pertencentes aos núcleos que compõem o roteiro.

Núcleo Fontana Freda¹⁶:

- **Esculpedras:** Propriedade da Família Donadel que desde 1930 fabrica artesanalmente e comercializa esculturas em pedra grês. Um dos únicos empreendimentos em que há a possibilidade de adquirir artesanato como lembrança da região.
- **Casa das massas:** Propriedade que possibilita refeição, constituída de almoço com comida caseira e vinho, além de um variado café colonial. A atividade dominante na propriedade é a agricultura. Há a produção de feijão, milho, mandioca, batata. Em relação à pecuária, possui criação de vacas, porcos e galinhas. Essa produção está relacionada com o turismo, pois a carne desses animais é utilizada nas refeições oferecidas aos visitantes. A propriedade possui 7 hectares. Além da casa, possui amplo espaço com pomar, flora nativa e um lago.
- **Alambique da Família Bolzan:** Propriedade que permitia¹⁷ ao turista conhecer as instalações da fábrica e o processo de produção da cachaça. Hoje mantém apenas comercialização de produtos derivados da cana-de-açúcar, como melado, rapadura, além da degustação do caldo-de-cana. A atividade dominante é a agricultura através da plantação da cana e a pecuária com a criação de gado.

¹⁵ Informações obtidas através do folder do Roteiro e pesquisa de campo. Ver croqui do Roteiro em Anexo B.

¹⁶ Ver fotos em Anexo C

¹⁷ O empreendimento não faz mais parte do Roteiro nos dias atuais.

- Gruta Fontana Freda: Ponto que possui natureza privilegiada, com infraestrutura para realização de almoços e churrascos. A gruta é conhecida pela água designada como a “mais pura” do interior do município. No local, no segundo domingo de fevereiro, acontece a Festa de Nossa Senhora de Lourdes. Há visitação constante de peregrinos no local.

Núcleo Chapadão¹⁸:

- Grupo Despertar: grupo de senhoras que realizam almoço “típico italiano” em um clube localizado neste núcleo.
- Agroindústria Dalla Valle: Comercializa produtos coloniais e o vinho Dalla Valle. No mês de fevereiro, na safra da uva, possibilita ao turista degustar cachos de uva colhidos direto do parreiral. As atividades existentes na propriedade são a produção da uva e o turismo.
- Granja Santa Tereza: Agroindústria que proporciona aos turistas visitação às lavouras e aquisição/compra de doces, vinhos e produtos coloniais. A agricultura na propriedade se divide em parreirais, horticultura e fruticultura.
- Pesqueiro Chapadão: A única propriedade que possui acomodações para pernoite. Atualmente esta conta com oito cabanas. No momento estão sendo construídas mais cabanas para possível acomodação de excursões. Possui açudes para a prática da pesca e trilhas ecológicas como a dos camboins, a da pedra mãe, a do tatu gigante, a do paredão, a da volta grande, a do rio subterrâneo e a do buracão. Possibilita ao visitante atividades nos pomares e ordenha de vaca. A propriedade possui 18 hectares. Como atrativos turísticos estilizados, encontram-se piscina, churrasqueiras e campo de futebol e de bocha para a prática de atividades esportivas.
- Vinhos Jaguari: Em sua fundação, no ano de 1932, com nome de Cooperativa Agrária São José, a principal intenção era receber vinho já elaborado. Porém, logo foi montada uma estrutura para vinificação.
- Casa do Imigrante Italiano: propriedade que contém supostamente a casa do primeiro imigrante italiano na região. Ao lado, existe uma casa de pedra que já possui 60 anos, com exposição de móveis e equipamentos antigos. A atividade

¹⁸ Ver fotos em Anexo D

predominante é o turismo através do museu, da arquitetura e das lendas e histórias populares contadas aos turistas.

- Mirante dos Minuzzi: possui passeio de reboque que leva o turista ao mirante existente na propriedade. A casa da família é datada de 1909. Ainda há uma cantina com produtos da região. A atividade dominante na propriedade é a agricultura (soja, milho, aveia, parreiral).
- Chácara da Família Guerra: Possuía passeio de carreta de bois entre as árvores, açudes, plantações e parreiras. Hoje, já não é mais possível devido à morte de um dos animais. Possui espaço privilegiado onde se pode ter visão completa da cidade de Jaguari-RS. A propriedade possui 15 hectares, e a agricultura é a atividade principal com produção de soja, milho e parreirais.
- Sítio Vó Ursula: Possui bela visão panorâmica do Vale Verde. No mesmo local do mirante pode-se apreciar um fenômeno natural: uma fenda de 18,2 metros de profundidade em pura rocha.

5 O PROCESSO DE PLANEJAMENTO EM JAGUARI-RS

5.1 Início do Turismo em Jaguari-RS

As discussões acerca da adesão à atividade turística, no município de Jaguari-RS, ganharam relevância a partir do Diagnóstico Socioeconômico elaborado pela Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência – FATEC¹⁹ e SEBRAE. O documento, apresentado em outubro de 1998, trouxe em suas conclusões que o setor de turismo do município encontrava-se inexplorado, embora existisse potencial de atrativos naturais e culturais. Em função disso, os elaboradores do diagnóstico recomendaram ao setor público e privado a implementação de um programa de desenvolvimento turístico na cidade.

Em dezembro do mesmo ano, a Prefeitura Municipal de Jaguari-RS, mais especificamente a Secretaria de Planejamento, Indústria, Comércio e Turismo, organizou um Planejamento Operacional de atividades para 1999 com o objetivo de coordenar a política municipal de indústria, comércio e turismo, conforme esquematizado na Figura 2.

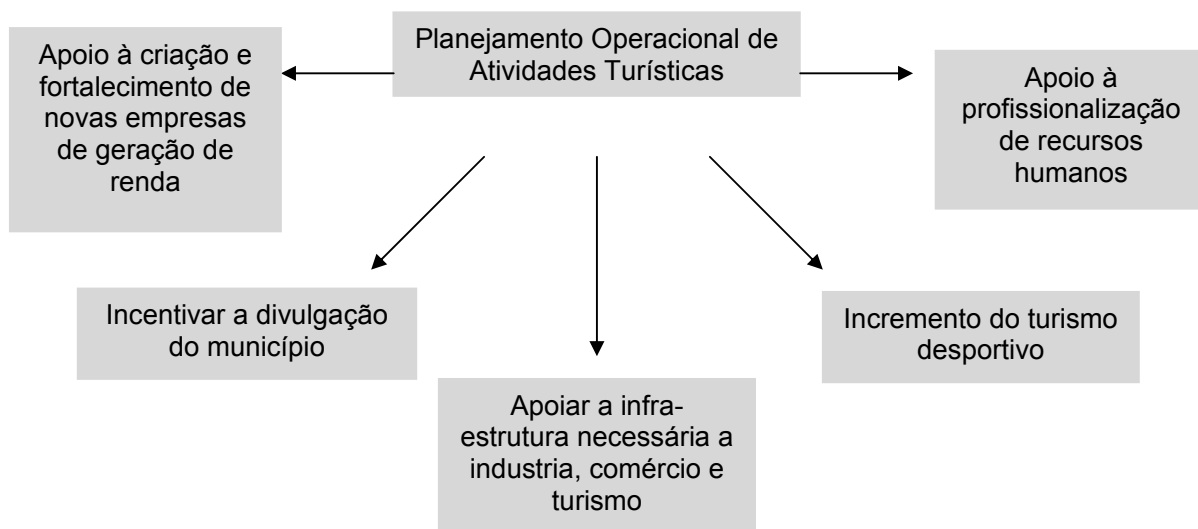


Figura 2 - Planejamento Operacional de Atividades Turísticas - 1999

Fonte: elaborado pela autora com os dados da pesquisa.

¹⁹ Fundação vinculada à Universidade Federal de Santa Maria, exercendo o gerenciamento de recursos de projetos públicos e privados.

Nesta ocasião, várias ações foram elencadas. No apoio à criação e fortalecimento de novas empresas de geração de renda, foi prevista a elaboração de um projeto integrado de turismo, com o intuito de que a Rota Caminho das Origens pudesse sair do papel. No incentivo à divulgação do município, foi proposta a viabilização de construção de pórticos, caracterizando o município e identificando-o dentro da Rota turística. Também foi mencionada a manutenção de monumentos e pontos turísticos, sempre que fosse necessário, bem como a manutenção do serviço municipal de turismo e programas de visitação aos locais atrativos. Em relação ao incremento do turismo desportivo, foi citada a construção de ciclovias, a formação de um conselho de indústria, comércio e turismo, dividindo as responsabilidades das decisões com a comunidade. Enfim, no apoio à infra-estrutura foi prevista uma busca de parcerias para a conservação e melhoria dos espaços públicos.

Torna-se um ponto positivo o fato do município, em 1999, ter iniciado a elaboração de ações voltadas ao turismo, atividade recomendada pelo diagnóstico socioeconômico. Destas ações iniciais foram alcançadas a construção do pórtico na entrada da cidade e a sinalização do Roteiro.

5.2 Convênio SEBRAE - Prefeitura Municipal

A prefeitura, no mesmo ano de 1999, estreitou suas relações com o SEBRAE, órgão que já havia atuado no município inicialmente. Com o convênio firmado, foi iniciado o Programa de Desenvolvimento de Emprego e Renda - PRODER. O objetivo do programa era mobilizar a comunidade no sentido de desenvolvê-la social e economicamente. Para isso,

é formulado um conjunto de ações que fomentam a criação de novas empresas e a modernização e expansão das que já existem, com a conseqüente geração de novos postos de trabalho e melhoria de renda na comunidade. Além disso, o PRODER contribui para a identificação de potencialidades de investimentos, a qualificação da mão-de-obra e a fixação das pessoas em seus municípios de origem (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2006).

O Programa, em seu desenvolvimento, foi implantado em três fases:

1. Abordagem, análise e prospecção;
2. Implantação e operacionalização;
3. Ações de continuidade.

A primeira etapa se deu através da apresentação e divulgação do programa e de entrevistas com lideranças e Seminário de lançamento do Programa. A segunda etapa abrangeu uma reunião de preparação para o Seminário de Diagnóstico Estratégico Municipal, o seminário propriamente dito e o seminário setorial, onde eram constituídos os comitês setoriais. E, na terceira etapa, foram previstos cursos de gestão de comitês, acompanhamento do Plano de Ação e dos Comitês Setoriais e encontro municipal de resultados do PRODER. Cabe ressaltar que em todas as etapas do Programa houve o acompanhamento de um consultor líder.

5.3 O Turismo Rural em Jaguari-RS

Estabelecido o convênio, onde ficaram estabelecidas as respectivas responsabilidades, o SEBRAE começou suas atividades no município. Em janeiro de 1999, foi realizado um seminário setorial de turismo, para o qual vários segmentos da sociedade jaguariense foram convidados. Neste momento, desenvolveu-se a Metodologia Auto-Diagnóstico das potencialidades municipais e planejamento de ação – MAMPLA²⁰.

Através deste instrumento, foram aprofundadas as discussões sobre as atividades econômicas e setores estratégicos de suporte, definidas as etapas de desenvolvimento do setor, definida uma visão de futuro, disseminada uma visão de negócios e dado incentivo à criação e expansão de negócios. Algumas ações foram elencadas nos setores de Segurança, Comunicação, Energia, Educação e Transportes. Na área de turismo, foram priorizadas as tipologias para as quais o município possui vocação: o turismo religioso, o turismo rural e ecológico, turismo de lazer e de eventos.

Os projetos descritos no Quadro 3 foram selecionados para implementação.

²⁰ Metodologia de planejamentos participativos municipais.

Projetos	Curto Prazo*	Médio Prazo**
Pesque-pague		X
Centro Gastronômico Jaguari	X	
Resgate turístico da praia	X	
Criação de uma agência de turismo e eventos	X	
Roteiro da Cana e da Uva		X
Armazém Colônia		X

Quadro 3 - Projetos previstos para o desenvolvimento turístico em Jaguari -RS - 1999

Fonte: elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

* Duração de até um ano, com viabilidade técnica indiscutível.

** Duração de até dois anos, mas necessitam de estudos de viabilidade.

Observação: Os projetos de longo prazo são considerados aqueles que possuem duração de até quatro anos, necessitando de estudos elaborados de viabilidade técnica e financeira. Neste caso, nenhum projeto foi previsto para este período de duração.

O plano estratégico de desenvolvimento turístico do município de Jaguari abordou os projetos²¹ apresentados mais detalhadamente a seguir.

O projeto do pesque-pague tinha como objetivo criar mais uma opção de lazer no município. Já como objetivo específico visava criar uma fonte de renda, gerar empregos e oportunizar o consumo de peixes de boa qualidade. O projeto previa, como fontes de financiamento, RECONVERSUL²², PROGER²³ e PRONAF²⁴. O plano de ação do projeto consistia na busca de tecnologias, legislação e realização de visita técnica. Também previa a realização de reuniões, palestras e cursos.

No projeto do Centro Gastronômico de Jaguari, o intuito era de transformar o município em um Pólo Turístico Regional. Os objetivos específicos eram mostrar as qualidades da culinária jaguariense, ampliar o fluxo de turistas, a oferta de empregos, treinar a mão-de-obra local, padronizar os produtos gastronômicos e

²¹ As informações com as descrições dos projetos foram obtidas através do Relatório do Seminário Setorial de Turismo em Jaguari em 1999.

²² Programa de Reconversão Produtiva da Metade Sul e do Noroeste do RS.

²³ Programa de Geração de Emprego e Renda.

²⁴ Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.

qualificá-los. Este projeto seria desenvolvido com recurso próprio dos empreendedores, por agentes financeiros ou SEBRAE. As ações elencadas foram criação de um conselho de turismo, localização de empreendedores para participar da iniciativa, busca de recursos financeiros, profissionais capacitados e consultoria.

O projeto do resgate turístico da praia também visava transformar Jaguari em um Pólo de Turismo Regional, aumentando o fluxo de turistas no município, desenvolvendo áreas de lazer e tornando a atividade economicamente viável. As fontes de financiamento deste projeto seriam os bancos, o Governo Federal e Estadual e o PROGER. Os prováveis parceiros seriam a prefeitura, ACI²⁵ e empresas privadas. As ações elencadas foram a criação de um parque aquático e a realização de um festival internacional de dança.

Já o projeto de criação de uma agência de turismo e eventos viria possibilitar ao turista a oportunidade de conhecer todos os pontos turísticos e eventos do município. Entre as fontes de financiamento estavam os recursos dos próprios empreendedores, bancos, Governo Federal e Estadual e PROGER. Entre os prováveis parceiros constava o poder público, as empresas de transporte e empresas privadas. As ações escolhidas foram criar um Conselho de Turismo, viabilizar recursos financeiros e encontrar empreendedores com interesse pela iniciativa.

No projeto do Roteiro da Cana e da Uva, o objetivo era formar um atrativo para atrair turistas e aumentar a renda na localidade, possibilitando o comércio na propriedade rural e promovendo o nome de Jaguari. Como fonte de auxílio financeiro constava o PROGER e bancos em geral. As ações previstas envolviam o levantamento de interesse dos proprietários em relação ao turismo, a realização de um cadastro e o treinamento dos proprietários através de cursos.

No caso do projeto do Armazém Colonial, seu objetivo era oportunizar a comercialização dos produtos coloniais do município. Como órgãos financiadores elencou-se FUNDAGRO²⁶, Banrisul e Banco do Brasil. As ações consistiam em formar uma comissão responsável, estipular um local para implantar o Armazém, buscar empreendedores para organização deste e linhas de crédito.

Assim, dos projetos descritos acima, o pesque-pague foi estruturado e organizado; o Centro Gastronômico não alcançou seus objetivos; o resgate turístico

²⁵ Associação de Comércio e Indústria de Jaguari.

²⁶ Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Rural.

da praia talvez tenha atingido alguns de seus objetivos, mas essa atividade não permaneceu, pelo que se pode perceber; a agência de turismo foi criada na época, mas atualmente não existe; o Roteiro da Cana e da Uva teve um início em termos de turismo rural, o que depois foi transformado no “Nostra Colônia”; e por fim, o Armazém Colônia não foi desenvolvido, sendo que agroindústrias posteriormente se agruparem no roteiro.

Nota-se que dois projetos não se concretizaram como foi proposto. Os objetivos nestes casos estavam além das possibilidades de alcance em relação ao tempo proposto para desenvolvê-los.

Por exemplo, não seria possível que através do Centro Gastronômico Jaguari se tornasse um Pólo Regional de Turismo em apenas um ano, prazo estipulado para seu desenvolvimento. Também, apesar de elencados alguns órgãos financiadores nos projetos do Centro Gastronômico e Armazém Colonial, não houve investimentos para suas implantações. Esses são alguns dos motivos que podem ter contribuído para a não-concretização dos mesmos.

Nesse sentido, é importante salientar que, para o desenvolvimento da atividade turística, o ideal seria que estes projetos fossem realizados no longo prazo. Ainda, tem de ser levado em consideração que os prazos no meio rural exigem uma maior flexibilidade em relação aos grandes centros, onde há mais facilidade de comunicação e as distâncias entre pessoas e serviços são menores.

5.4 Origem do Roteiro Nostra Colônia

O início das atividades de turismo rural começou a se concretizar através do Roteiro da Cana e da Uva. O objetivo era de desenvolver o turismo como fonte de renda, trazendo maior fluxo de pessoas para o município e fazê-lo conhecido na região. Para isto, em julho de 1999, a consultoria do SEBRAE realizou o diagnóstico das propriedades do Núcleo de Fontana Freda que estavam envolvidas no Roteiro. Na ocasião, ocorreu a análise da oferta turística municipal bem como do público-alvo e formas de comercialização. As propriedades envolvidas eram Granja São José, propriedade de Sonia Bolzan e de José Donadel, já descritas anteriormente.

Já no ano de 2000, tomou forma a idéia de alavancar o turismo na região através da grande potencialidade do meio rural do município. O Roteiro da Cana e

da Uva, inicialmente com poucas propriedades de Fontana Freda, avançou e englobou também o Distrito de Chapadão, ocorrendo então a consolidação do Roteiro.

Mesmo com a cana de Fontana Freda e o vinho de Chapadão, que trouxe identidade ao roteiro, dando origem à seu nome, viu-se a necessidade de mudá-lo para atrair mais os cidadãos. Foi então que se escolheu o nome “Nostra Colônia”, devido à existência na época de uma novela que contava a história da imigração italiana no Brasil, chamada “Terra Nostra”.

O Projeto deste Roteiro fortaleceu ainda mais a parceria entre Prefeitura Municipal e SEBRAE. Este último sempre teve participação nas atividades referentes ao planejamento do turismo rural no município através de metodologias que foram sendo modificadas com o passar do tempo.

5.5 Implantação do Roteiro

A primeira fase do planejamento do turismo rural em Jaguari-RS, ocorreu a partir do projeto de implantação do roteiro “Nostra Colônia”. O objetivo inicial do Projeto era divulgar as potencialidades rurais, tanto no que se refere aos atrativos naturais, quanto à valorização da cultura italiana e das agroindústrias, contribuindo também para evitar o êxodo rural. Teve como objetivos específicos:

- Criação de empreendimentos de turismo rural;
- organização do roteiro com a seleção dos empreendimentos que dariam visibilidade à rota;
- cursos de capacitação para os empreendedores;
- articulação da rota com os atrativos do município e região; e
- agregação de valor aos produtos existentes nas propriedades rurais.

A intenção do projeto era de que, através desses objetivos, pudesse ocorrer a consolidação do roteiro, possibilitando uma oferta e, conseqüentemente, uma demanda, proporcionando assim o desenvolvimento da região através da atividade turística. Neste último aspecto, vale lembrar que o Roteiro faz parte da Rota Caminhos das Origens, sendo que a busca não se dá somente sobre os benefícios do turismo no município, mas também para a região de uma forma integrada.

Em função da perspectiva de mudança ocasionada pelo projeto do roteiro, partiu-se para a ação. O SEBRAE realizou visitas técnicas às propriedades com potencial para o turismo e verificou por meio de conversas informais, a visão dos produtores sobre o turismo e se haveria alguma possibilidade destes desenvolverem a atividade. Caso as respostas se mostrassem afirmativas, esses proprietários eram convidados para participarem de reuniões, nas quais o processo do turismo rural em Jaguari era explicado de uma forma a sensibilizar a comunidade para esta atividade.

Assim, aos poucos o roteiro foi sendo formado, sendo que chegou a contar com 14 empreendimentos, os quais já foram descritos anteriormente.

Através da pesquisa de campo, obtiveram-se informações de que o SEBRAE acompanhava os produtores em seus passos iniciais, com atividades de preparação física da propriedade, e também através de muitos cursos de capacitação oferecidos às famílias envolvidas no roteiro, cursos de limpeza e higiene, atendimento ao público, primeiros socorros, entre outros. Segundo um dos empreendedores, mais de 600 horas foram destinadas à capacitação e preparação dos empreendedores ligados ao roteiro.

Todavia, no início, pode-se notar que houve certa resistência dos produtores, conforme o depoimento de um entrevistado:

quando começou a se falar em exploração do turismo de forma organizada foi descrédito total, com certeza ninguém foi (reuniões), depois foi indo, aí o SEBRAE ficou três anos trabalhando em Jaguari, foi armando o cerco e batendo em cima dos empreendedores interessados e chegou-se à conclusão de que a rota seria uma maneira legal de desenvolvimento, mas houve muita resistência do produtor (entrevistado).

Este fato não se deu exclusivamente em Jaguari. Em muitas experiências de turismo rural, depara-se com esta situação. Segundo Graziano da Silva, Del Grossi e Campanhola (2002, p.107), “a passagem de atividades agrícolas para não-agrícolas não é automática e exige grande esforço de aprendizado”, ou seja, o produtor que passa a empreendedor de turismo rural provavelmente terá dificuldades iniciais em obter uma postura empreendedora, necessitando de informações para que as mudanças ocorram, assim obtendo uma nova visão de mundo diferente das atividades somente agrícolas. Além disso,

entre arriscar-se em algo novo e totalmente desconhecido, como é o caso do turismo rural, e permanecer com aquilo que já se tem domínio, ou seja, a atividade agrícola, as pessoas optam pela agricultura. A falta de conhecimento, a insegurança e o medo de fracassar, nesse sentido, tornam-se os maiores obstáculos para estas pessoas (PEDRON & KLEIN, 2004, p.100).

Dessa forma, observa-se que a postura retraída dos produtores frente ao turismo rural deveu-se tanto por motivos sociais como culturais. Contudo, através dos cursos de capacitação, as famílias ficaram mais seguras e confiantes para recepcionar os turistas. Isso fez com que os empreendedores se motivassem a iniciar suas experiências com grupos de visitantes.

Com o tempo, o envolvimento com a atividade turística aumentou, e desse modo, foi criada uma Associação do Roteiro Nostra Colônia. A Associação, além de unir os proprietários com interesses em comum, segundo SILVA (2005, p.76), “é também uma forma de pressionar a administração pública por meio da reivindicação organizada”. Conforme as informações obtidas, a associação possui CNPJ²⁷ e, apesar da situação do roteiro, possui um Presidente e realiza reuniões seguidamente. Segundo o depoimento de um dos entrevistados,

todos dizem quando eu me meti que se não é o...a coisa morre porque eu vou nas reuniões, eu faço um auê, dá um falatório da rota, ela morreu. Não morreu coisa nenhuma. Esta aí, na região não tem uma Rota tão organizada quanto a nossa, pelo menos nós fizemos uma reunião quinzenalmente, isso é um sinal de organização, se não está vindo muito turista, é culpa nossa, mas não só nossa (entrevistado).

Contudo, o número de participantes ativos que a associação possuía inicialmente vem decaindo com o tempo. Alguns, por não fazerem mais parte do Roteiro, outros, pela situação em que este se encontra. Alguns deixam para que os “de menos idade” se esforcem e outros, por não depender diretamente do funcionamento do Roteiro, acabaram se distanciando.

²⁷ Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.

5.6 Desenvolvimento do Roteiro

5.6.1 Sob o viés da oferta

Segundo Beni (1998, p. 159), a oferta em turismo pode ser concebida como o

conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido mais amplo, numa estrutura de mercado.

Considerando o mesmo raciocínio de Beni, Ruschman (1997) divide esses bens e serviços que o autor engloba em seu conceito em duas categorias:

- os atrativos turísticos, representados no Quadro 3 através dos recursos naturais, socioculturais e tecnológicos. É denominado também por “Oferta Diferencial”, já que o grau de atratividade dependerá da diversidade desses;
- as facilidades turísticas, que equivalem aos serviços e equipamentos caracterizados pelos alojamentos, serviços de alimentação, de entretenimento e de transporte.

OFERTA TURÍSTICA	
OFERTA DIFERENCIAL ATRATIVOS TURÍSTICOS	OFERTA TÉCNICA FACILIDADES TURÍSTICAS
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturais - Recursos socioculturais - Recursos tecnológicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamentos - Serviços de alimentação - serviços de entretenimento - serviços de transportes (para a localidade e dentro dela)

Quadro 4 - Elementos que compõem a Oferta de um Produto Turístico

Fonte: Adaptado de DORTA (s/d, p.41)

Mediante as informações do Quadro 4, Barretto (1999) afirma que os atrativos turísticos ou oferta diferencial se configuram como o produto principal de um destino, que possui a verdadeira capacidade de atrair o turista. Já as facilidades turísticas ou oferta técnica seria o produto periférico, que é necessário, mas que não gera no visitante motivação suficiente para realizar uma viagem.

Contudo, apesar do atrativo turístico possuir grande destaque em função de sua capacidade de atração, este não sobrevive sem as facilidades turísticas, ou seja, ambos se complementam e compõem o produto turístico final, pronto a ser comercializado.

No caso do Roteiro Nostra Colônia, o atrativo mais forte decorre dos aspectos geográficos na localidade, pois o relevo, a hidrografia, a cobertura vegetal e as plantações agrícolas formam paisagens que despertam interesse de apreciação nos turistas. Aliado a isso, a cultura da comunidade rural é caracterizada de uma forma mais simples e autêntica em relação a outros meios.

No que diz respeito às facilidades turísticas, verificou-se na pesquisa que ocorreu a implantação de serviço de hospedagem aos turistas, com poucos leitos, mas houve a iniciativa. Foi providenciado também serviço de alimentação através do café colonial e almoços pelo Grupo Despertar. Serviços de entretenimento foram promovidos, como o passeio de carreta de bois e reboque de trator. Também foi providenciada a estrutura dos mirantes em duas propriedades integrantes do roteiro.

Em relação aos investimentos por parte dos empreendedores para a viabilização da oferta turística, tem-se que a maioria das propriedades não o fez, pois utilizaram materiais e equipamentos já existentes nas propriedades. Outras adquiriram somente o necessário para se adequar às atividades que iriam desenvolver, como o café colonial, por exemplo, segundo um dos entrevistados:

a única coisa que eu tive que fazer mais foram as mesas que a gente não tinha, e um pouco de louça (entrevistado).

Acredita-se que tenha ocorrido mais investimento de tempo e esforço físico do que financeiro para criar os passeios e providenciar os acessos aos atrativos, como o passeio de reboque, passeio de carreta de bois, mirantes, entre outros. O caso é diferente, por exemplo, no estabelecimento que possibilita hospedagem. Como foram criadas cabanas para possibilitar a oferta de pernoite aos turistas em uma das

propriedades, a aquisição de equipamentos se torna maior, além da quantidade de material para a construção dessas.

Na orientação dessas pequenas mudanças físicas das propriedades, no sentido de preparar os serviços turísticos e disponibilizar o acesso aos atrativos, viabilizando a oferta turística do município, sempre um consultor do SEBRAE ou um funcionário da Prefeitura estava presente para tratar dos assuntos ligados ao Roteiro. Os proprietários também tiveram apoio da Associação da Indústria e Comercio de Jaguari - AIC.

A preparação da oferta no desenvolvimento do Roteiro foi devidamente realizada. Em relação às facilidades turísticas, a única em que não houve modificações foram os serviços de transporte, tanto regional (que enfrentou problemas devido às péssimas condições das estradas - RS-287), quanto local (no sentido de aumentar as linhas até os distritos). Em relação aos serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, esses foram disponibilizados, de forma limitada, já que os proprietários utilizaram seus próprios recursos nessa empreitada.

5.6.2 Sob o viés da demanda

A atenção no decorrer do planejamento ficou voltada para a oferta, sendo que juntamente com a oferta é imprescindível trabalhar o público-alvo que se quer atrair. Segundo Ruschmann (1997, p.150), “para os núcleos receptores, o conhecimento da demanda é fundamental para o dimensionamento atual e as projeções para o futuro”.

É a partir da demanda que se programa também o plano de vendas de um destino. Se o público-alvo é oriundo das grandes cidades, como na maioria das vezes é o caso do turismo rural, seria uma perda de tempo ir às cidades de interior fazer divulgação. Este foi só um exemplo.

No caso do roteiro “Nostra Colônia”, a divulgação foi realizada através de folders, rádios, TV e jornais. Esses meios de comunicação absorvem a atenção de vários tipos de turistas, jovens, adultos, de terceira idade, etc. Assim, já se verifica a falta de um público específico a ser atingido.

Com a elevada importância em relação à demanda em um destino turístico, procurou-se descobrir quais os tipos de turistas que visitam o roteiro. Essa parte foi

de difícil investigação, já que as propriedades não possuem nenhum tipo de cadastro dos turistas que as visitam. Sendo assim, as informações foram obtidas através dos empreendedores.

Para a caracterização da demanda, procurou-se identificar a origem dos turistas, a composição, os meios de transporte utilizados, o tempo de permanência no local e os meios pelos quais conheceram o roteiro.

Em relação à origem, conforme a Figura 3, 87% dos empreendedores dizem que o local que mais emite visitantes para o roteiro são as cidades mais próximas, sendo que a mais citada foi Santiago. Ainda, foi mencionada a presença de outros estados. Essa pequena quantia, 13%, se refere a viajantes que se encontram de passagem no Núcleo Chapadão, cortado pela RS 287. Estes pausam nas agroindústrias da referida estrada para adquirir produtos coloniais. Seus destinos são outros, por isso não visitam todo o roteiro. Mediante este fato, as propriedades que comercializam esses produtos não dependem diretamente do roteiro para se manter em funcionamento.

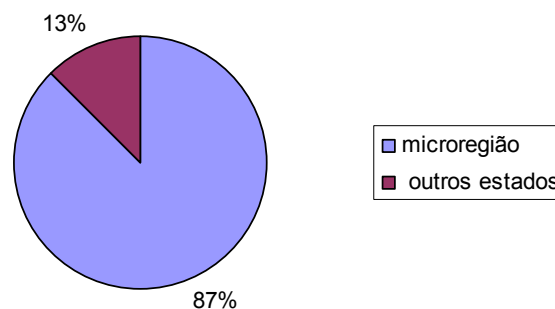


Figura 3 - Origem dos turistas que visitam o Roteiro Nostra Colônia

Segundo um dos empreendedores, na microrregião, num raio de 100 Km, é o público que de um jeito ou de outro fica sabendo da existência do Roteiro e, pela proximidade, são os turistas que mais visitam.

Nesse sentido, utilizou-se o esquema das radiais da demanda turística de Lemos (1999, p.63), como ilustra a Figura 4.

O autor argumenta que, quanto mais distante o turista estiver, mais ele terá custos para chegar até o destino, mais esforços implicarão na vinda do visitante. Mas, para que isto aconteça, o nível de satisfação proporcionado pelo destino terá de ser de elevada compensação para que as trocas sejam feitas.



FIGURA 4 - Radiais da Demanda Turística

Fonte: Lemos (1999, p.63)

Percebe-se, portanto, que a demanda do Roteiro se dá em nível regional. Para passar à demanda nacional, os esforços se dariam no sentido de incrementar as atividades do Roteiro, através de outras potencialidades naturais e culturais que não estão permanentemente incluídos no produto turístico.

Em relação à composição do grupo visitante, conforme a Figura 5, as respostas se dividiram entre famílias e excursões. As famílias constituem-se de casais, e as excursões referem-se a escolas. Esta última categoria de visitantes é bastante presente nos meses de novembro e dezembro, que coincidem com o período de finalização das aulas, e também dia da criança e do professor.

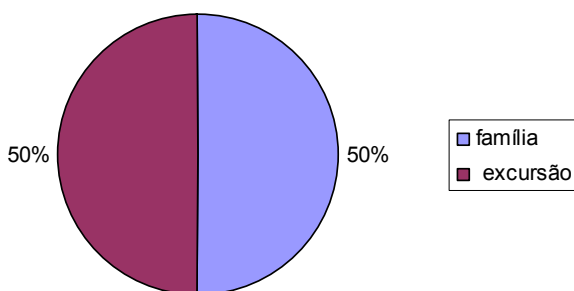


Figura 5 - Composição do grupo visitante

No que tange aos meios de transporte utilizados, as respostas também ficaram divididas entre carro e ônibus. Neste momento então cabe uma relação, interpretando juntamente os dados da Figura 5 e Figura 6. Os 50% que responderam que o grupo de visitantes se constitui em famílias utilizam como meio de transporte o automóvel. Os outros 50% que mencionaram viajar com excursões, utilizam o ônibus fretado.

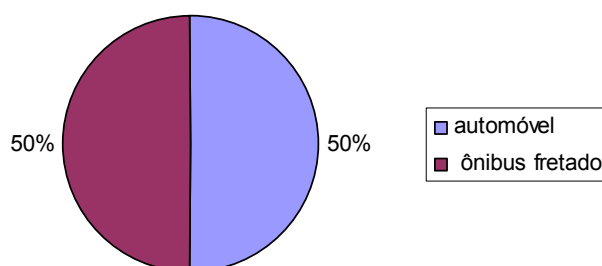


Figura 6 - Meio de transporte utilizado

No que se refere ao tempo de permanência dos turistas no local, 87% responderam que os turistas permanecem somente um dia na localidade para visitação. Apenas 13% permanecem mais de um dia. Como o Roteiro tem

dificuldade de acomodar os visitantes, a maior parte visita no decorrer do dia e retorna ao seu local de origem no fim da tarde. Todavia, o percentual de turistas que menciona os dois dias se refere à propriedade que oferece hospedagem. Nesta, a maior parte do público é composto de casais.

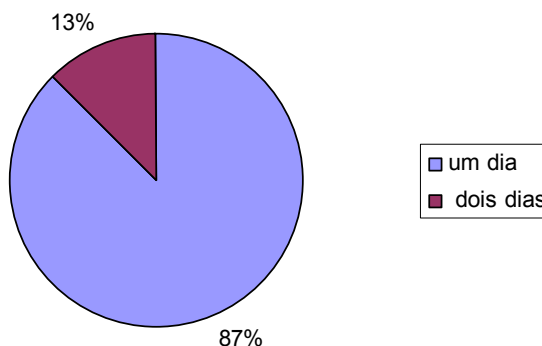


Figura 7 - Tempo de permanência dos turistas no local

Quando o questionamento foi através de que meios o turista toma conhecimento do Roteiro, 30% mencionaram que isso ocorre através de agências, 30% referiu o folder e 40% através de amigos, conforme apresentado na Figura 8.

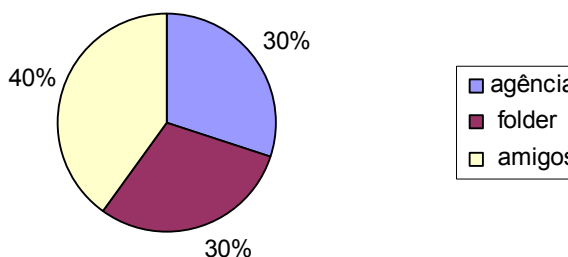


Figura 8 - Meios de comunicação pelos quais souberam do Roteiro

Nesse sentido, o meio que mais foi citado foi a divulgação feita através das relações de cotidiano entre as pessoas em que as informações de uma pessoa que

já visitou o local à outra exerce forte influência sobre a decisão na escolha de um destino. Essa questão foi debatida no estudo de Jappe (2005) sobre os meios de comunicação do turismo rural em São José dos Ausentes - RS. A autora revela uma grande porcentagem (34%) de turistas que decidiram conhecer o local pela indicação de amigos e parentes. Ainda sob este enfoque, discute se vale a pena investir em turismo de massa, se na maioria das vezes o que mais ocorre é a divulgação “boca-a-boca”.

Dessa forma, resumidamente, apresentaram-se as informações básicas da demanda do município. Essa caracterização foi essencial para conhecer um pouco do público visitante. Contudo os proprietários poderiam ter essa análise mais aprofundada se existissem registros que mostrassem a data, a quantidade e procedência dos turistas, possibilitando informações mais consistentes que guiassem a elaboração de um plano de vendas ou marketing.

5.7 Revitalização do Roteiro²⁸

Em 2002, através de técnicos do SEBRAE e da Prefeitura Municipal de Jaguari, foi proposta uma revitalização do roteiro, devido à sobra de verbas da primeira fase do projeto²⁹. Nestas circunstâncias, programou-se um seminário para elaboração de um planejamento estratégico de continuidade do Programa de Desenvolvimento de Emprego e Renda (PRODER) em Jaguari, denominado REPRODER.

O seminário foi realizado no dia 09 de setembro de 2002 e contemplou alguns passos. Inicialmente foi feito levantamento e análise da situação de Jaguari antes do PRODER e depois foram verificadas as ameaças e oportunidades dos fatores externos e fortalezas e fraquezas dos fatores internos do município. Apresentam-se, no Quadro 5, as informações resultantes do consenso dos empreendedores.

²⁸ As informações contidas nesse subtítulo são provenientes do Relatório das Atividades do REPRODER em Jaguari.

²⁹ Em relação ao aspecto financeiro, a Prefeitura repassa para o SEBRAE o valor estipulado para a realização das ações do PRODER. No caso, algumas dessas ações não foram realizadas ou foram feitas com custos menores que o previsto, acarretando a sobra de recursos para a revitalização do Roteiro.

FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Natureza; - Localização; - Gastronomia durante os eventos; - Local para comercialização do artesanato; - Competência dos artesãos 	<ul style="list-style-type: none"> - Linhas de créditos; - Grupos organizados para o turismo; - Novos negócios para empreendimentos futuros; - Início da Rota Regional, Caminho das Origens
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de consciência ecológica; - Educação para o turismo; - Individualismo; - Gastronomia típica diariamente; - Plantão do ponto de táxi; - Casa do Artesão não está concluída; - Assessoria para projetos empresariais e rurais; - No final de semana o comércio em geral fica fechado; - Divulgação dos serviços; - Pouca comercialização do artesanato 	<ul style="list-style-type: none"> - BR 287; - Concorrência com a organização de outras regiões turísticas; - Rota municipal; - As pessoas buscam status comprando fora.

Quadro 5 - Fatores internos e externos decorrentes do planejamento estratégico de revitalização do projeto

Fonte: Relatório de atividades do REPRODER em Jaguari.

Em relação aos fatores externos, pode-se concluir que as oportunidades mencionadas no Quadro 5 não resultaram em nenhuma ação concreta dos envolvidos. Já as ameaças elencadas se concretizaram.

Ainda relacionado ao Quadro, nota-se que as fraquezas são em maior número que as fortalezas do município. Isso demonstra que Jaguari possuía uma série de aspectos para serem trabalhados nesse processo de revitalização.

Com isso, após essa identificação das fraquezas, foram priorizadas ações para os três meses de duração dessa revitalização. Nesse sentido, foram criados comitês para o assessoramento e desenvolvimento das ações que estão apresentadas no Quadro 6:

AÇÕES	COMITÊS*
<ul style="list-style-type: none"> → Educação para o turismo; → Sensibilizar a comunidade rural e urbana sobre o destino do lixo; → Campanha de conscientização educacional, ambiental e ornamental. 	Comitê 1
<ul style="list-style-type: none"> → Auxílio para elaboração de um diagnóstico e posteriormente um planejamento do roteiro Nostra Colônia. 	Comitê 2
<ul style="list-style-type: none"> → Disponibilizar a gastronomia típica diariamente; → Gastronomia permanente e especializada. 	Comitê 3
<ul style="list-style-type: none"> → Auxílio para comercialização do artesanato jaguariense; → Divulgar Jaguari, em parceria com outros municípios da região. 	Comitê 4

Quadro 6 - Ações previstas para a revitalização do projeto

Fonte: Elaborado pela autora através dos dados da pesquisa

* Comitês formados pelos empreendedores e consultores do Roteiro.

Nas ações do Comitê 1, foram previstas palestras de sensibilização na comunidade escolar sobre a importância do turismo no município. Também a realização de mutirões para a limpeza/retirada do lixo nos principais pontos turísticos, rios e lagos, proporcionando a sensibilização da população jaguariense para a limpeza da cidade. Em relação ao destino do lixo, através de uma integração com a EMATER, foi previsto sensibilizar o poder público e a comunidade em geral para os problemas do destino do lixo e preservação do meio ambiente.

O Comitê 2 estabeleceu um programa de trabalho de avaliação, análise e ajuda aos empreendimentos do roteiro em parceria com a URI³⁰/Santiago-RS. Foi previsto um planejamento estratégico do Roteiro e realização de palestras em parceria com os técnicos do SEBRAE para motivar os empreendedores para o trabalho em equipe.

Já o Comitê 3 previu visitas de sensibilização em pontos-chaves, convidando empreendedores para uma palestra onde seriam abordados os pontos fracos no atendimento deste setor e a forma de melhorá-los.

³⁰ Universidade Regional Integrada.

No comitê 4, a busca se deu no sentido de disposição de espaço onde pudesse ser comercializado o artesanato de Jaguari-RS, e também parceiros para divulgação do turismo na região, em eventos.

Posteriormente a essas ações, nos dias 21 e 22 de novembro de 2002, foi realizado outro evento do SEBRAE com os proprietários dos empreendimentos com a finalidade de elaborar um relatório. Dentre as atividades realizadas, uma ganhou especial atenção na pesquisa. Foi solicitado aos proprietários que escrevessem como gostariam de ver o Roteiro no ano de 2006 (por acaso, ano desta pesquisa). Segue abaixo o consenso das respostas dos empreendedores:

Com uma infra-estrutura adequada e uma ampla divulgação, através de empreendimentos de qualidade e profissionalizados, o Roteiro Nostra Colônia manterá um fluxo permanente de turistas que, integrados com a comunidade, desfrutarão de sua excelente rede gastronômica, de esporte e lazer, gerando satisfação e retorno previsto pelos empreendedores.

Torna-se perceptível que, em 2002, os empreendedores estavam otimistas em relação à atividade turística como propulsora do desenvolvimento. Diante desse consenso, sabe-se que a atividade no ano de 2006 não se apresentou dessa forma como os empreendedores esperavam, o que pode significar o motivo de frustração diante do turismo no município hoje.

Dando continuidade ao processo de revitalização, foram analisados os obstáculos que os proprietários teriam para alcançar a visão de futuro e depois foram listadas algumas soluções para tentar eliminá-los.

O encerramento dos serviços do REPRODOR, através do SEBRAE, se deu no dia 28 de dezembro de 2002. Neste dia, foi promovida uma palestra de encerramento sobre “motivação para o trabalho em equipe”. O tema foi proposto pelo fato de este aspecto ter sido apontado pelos participantes do seminário como um dos obstáculos para o sucesso do roteiro.

Após esta etapa, foi idealizado o plano de ações, que consistia nas seguintes estratégias: credenciamento do município para o turismo, mudança cultural e qualificação para o processo gerencial. Foram realizados ainda cursos e palestras de profissionalização para os artesãos e para o grupo responsável pela qualidade dos serviços e foi formalizada a Agência de Desenvolvimento Municipal.

5.8 Situação Atual do Roteiro Nostra Colônia

O Roteiro, que envolveu inicialmente 14 propriedades rurais, recentemente, é constituído por 10. Estas permanecem na atividade sem o acompanhamento de instituições públicas ou privadas, pois continuam somente pelo apoio e incentivo mútuo entre os empreendedores que participam da associação do Roteiro Nostra Colônia.

Na seqüência, tem-se a descrição de alguns empreendimentos que chamaram atenção no momento da coleta de dados.

Na propriedade do Alambique da Família Bolzan, descobriu-se que esta não faz mais parte do Roteiro. O principal motivo foi o falecimento do dono da propriedade. Este explicava como era feita a produção da cachaça e organizava a recepção e degustação dos produtos no local. Nos dias atuais, como a família está ocupada com outras atividades, não há quem se responsabilize pela parte do turismo. Ainda, outros empreendimentos do Roteiro comercializavam os mesmos produtos que o empreendimento da Família Bolzan e, devido a isso, a venda de produtos no local era pouca.

Diante disso, identificou-se que um dos problemas consistia em duas propriedades venderem os mesmos produtos. Por mais que somente nesta propriedade fosse possível acompanhar uma explicação sobre a produção da cachaça, a visitação nesta era posterior à visitação às demais em decorrência da distância física em relação às outras propriedades. O turista, à primeira vista, adquiria o produto em outro estabelecimento por desconhecimento ou pelo medo de ficar sem o mesmo.

O outro empreendimento é a Esculpedras, conhecido por sua resistência ao Roteiro desde o início, como revela o depoimento do proprietário:

eu não gostaria de receber turistas, porque sou uma pessoa tímida, não gostaria de receber ninguém aqui...os técnicos vieram aqui e me disseram que seria bom incluir o meu negócio no roteiro, para ajudar os outros, então fui convencido (entrevistado).

Esse aspecto da timidez se torna delicado, pois a atividade turística ocorre através do contato e relações entre pessoas. Ao contrário, a pessoa, quando tímida, tende a evitar essa interação com grandes grupos. Nesse caso, não deveria ocorrer insistência para que este proprietário participasse na recepção de turistas, mas de

outra forma, como expondo seus produtos em outro local, com alguém responsável pelas explicações das esculturas.

A escultura em pedra grês é uma tradição da Família Donadel, sendo que deste trabalho provém parte do sustento da família. Conforme o entrevistado, não há muita venda das obras aos turistas por estas seguirem um estilo bem peculiar, e o valor cobrado para visitaçãõ na propriedade não compensa o tempo desviado da fabricação do artesanato ao turismo, sendo que com a venda de uma obra se obtém valor mais elevado do que aquele obtido com as visitações.

Ainda, para uma melhor comercializaçãõ do artesanato da Família Donadel, poderia se instigar que fosse trabalhado com peças menores e com motivos da cidade de Jaguari. Talvez isso facilitasse a venda, já que o município é fraco na questão de proporcionar aos turistas produtos que se constituem em lembranças da cidade.

Outra propriedade que aos poucos está se afastando do Roteiro é o "Sítio da Vó Ursula", pelo falecimento da empreendedora. A propriedade ficou a cargo de parentes que possuem outras ocupações, sendo que não há ninguém incumbido e preparado para receber os visitantes. Contudo, ainda se permite a entrada de turistas até o mirante da propriedade.

Outro caso se refere ao empreendimento "Chácara da Família Guerra". Neste era realizado um passeio de carreta de bois com os turistas. Com a morte de um dos bois, ficou inviável realizar o passeio. O entrevistado comentou que teria condições de comprar outro boi, mas como não há visitantes, não se tem motivo para isto.

Os outros empreendimentos estão se mantendo, alguns com mais esperança de que essa fase passará. Exemplo disso é o "Pesqueiro Chapadão", que está construindo mais cabanas visando à possibilidade de acomodar um ônibus de excursão. Já no "Mirante dos Minuzzi", o passeio de reboque levava os visitantes até uma propriedade vizinha onde o mirante se localizava. Como o dono dessas terras desfez o acordo, a família construiu outro mirante em sua própria terra.

Como se percebe, há algumas propriedades com dificuldades de permanecer no roteiro, algumas já saíram, outras continuam timidamente.

Mas notou-se, através do contato, que todos lastimam a fase por que estão passando, a frustraçãõ diante das falhas no planejamento e do descaso do poder público com a atividade.

Para identificar melhor a situação atual, utilizou-se o conceito do ciclo de vida de destinações turísticas apresentadas por Ruschmann (1997, p.103), citando Butler (1980). A autora diz que “atualmente, esse conceito apresenta um alto grau de aceitação entre planejadores e administradores de equipamentos em localidades turísticas” (1997, p.102).

Nesse sentido

sua utilização como instrumento do planejamento turístico se justifica na determinação da fase em que se encontra a localidade em estudo, e nas medidas cabíveis para direcionar seu desenvolvimento (RUSCHMANN, 1997, p.102).

Segue abaixo o Gráfico 1, que demonstra as fases que compõem o ciclo de vida de uma destinação turística.

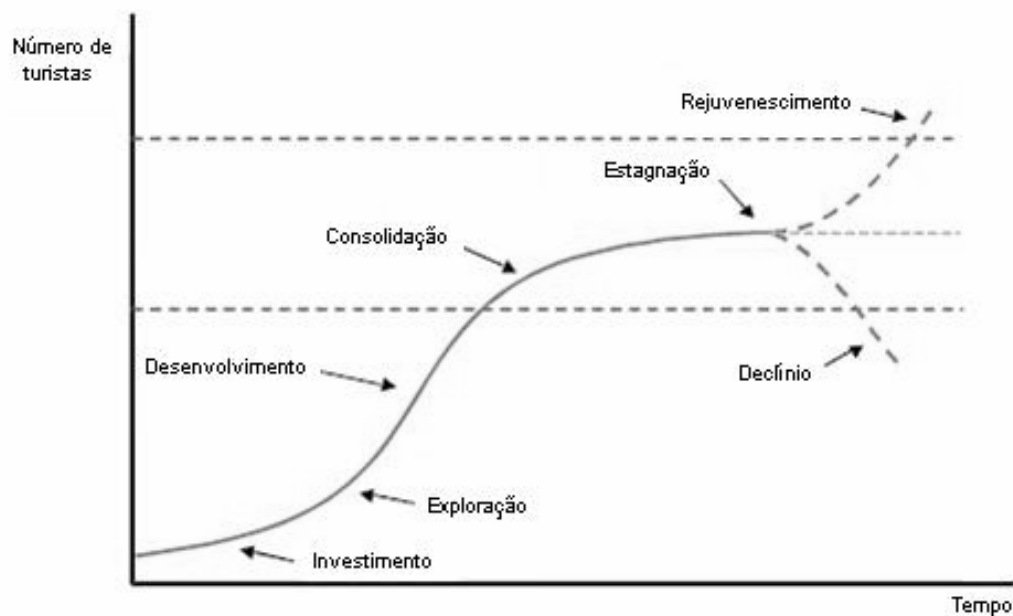


Figura 9 - Ciclo de vida de uma destinação turística

Fonte: Ruschmann (1997, p.103) citando Butler (1980).

De acordo com a Figura 9, a primeira fase do ciclo se refere aos investimentos. No turismo rural, esses se dão somente para suprir algumas carências da propriedade para tornar possível a recepção de visitantes, e na maioria das vezes não são feitos investimentos valorativos, pois o turismo no espaço rural utiliza recursos existentes na própria propriedade ou reconverte os mesmos.

Apesar disso, de uma forma ou outra, os investimentos podem ser poucos, mas inicialmente são necessários. No caso do roteiro Nostra Colônia, esses foram utilizados para contratação de pessoal qualificado para trabalhar no desenvolvimento da atividade, melhorias em infra-estrutura e equipamentos, cursos de capacitação e confecção de material de divulgação.

Após a fase de preparação do destino, entra a fase de exploração. Nesta ocorre o primeiro contato da oferta turística com a demanda. É o momento em que os visitantes exploram os serviços e atrativos que formam o produto. A fase de exploração se caracteriza pela apresentação do produto ao mercado, quando inicialmente será verificada a aceitação do destino pelos visitantes.

Na fase de desenvolvimento, há a adaptação do produto turístico às tendências do mercado. No Roteiro Nostra Colônia, foi nesse momento que se detectaram algumas falhas relacionadas ao marketing e demanda turística no município.

A consolidação da destinação turística, segundo Ruschmann (1997, p. 103), “se caracteriza pelo domínio de empresas e serviços multinacionais, cuja participação ajuda a controlar os custos e a manter a competitividade do local diante de outras destinações”. Esse domínio de empresas e serviços não necessariamente deve se dar através de empresas estrangeiras. Esse fator é variável dependendo do contexto em que uma destinação está inserida, se local, regional ou nacional.

O Roteiro Nostra Colônia não foi consolidado. Primeiro, este não chegou a atingir certo nível de competitividade. Seu público-alvo ficou centrado somente nas cidades vizinhas de Jaguari-RS, ocorrendo a saturação da demanda em pouco tempo. Isso se deve, em parte, pelo fato de que o destino não sofreu nenhum tipo de reformulação para proporcionar novos atrativos e serviços, ou seja, não trouxe nenhuma novidade turística ao longo do tempo.

Com isso, pode-se dizer que, segundo o ciclo de vida apresentado, o Roteiro Nostra Colônia passou da fase de desenvolvimento diretamente à fase denominada estagnação. Esta é marcada pela perda de prestígio de uma destinação que não

desperta mais o interesse em novos consumidores. Segundo Beni (2003, p. 209), neste estágio, o produto “mantém-se debilmente em face de um fluxo sedentário residencial não renovável e decadente; não há conquista de novos mercados”. Ainda complementa que, “políticas, diretrizes e metas não são atingidas por não encontrarem ressonância no sistema de turismo”.

Identifica-se que esses aspectos ocorreram com o Roteiro, pois, como foi dito anteriormente, houve saturação da demanda e nenhuma providência foi tomada no sentido de analisar o mercado e direcionar o marketing a outros possíveis públicos. Porém, para que isto fosse possível, haveria necessidade de profissionais qualificados. Contudo, a Prefeitura Municipal não viabilizou o respaldo necessário para dinamizar o período de estagnação.

Em coerência com tudo que já foi mencionado e de acordo com o que diz Ruschmann (1997, p.106), o Roteiro Nostra Colônia se encontra no momento na fase de declínio. Segundo a autora,

se há queda prolongada do número de visitantes, dos gastos ou de pernoites em uma destinação/produto turístico, e se ela afeta a lucratividade do equipamento e a vida da comunidade, é preciso admitir que o estágio dessa área na curva do ciclo de vida é o declínio (RUSCHMANN, 1997, p.106).

Conforme as características descritas pela autora em relação ao declínio, é possível afirmar que o Roteiro Nostra Colônia se encontra nesta fase. Contudo, ainda é possível que este passe por estágios de rejuvenescimento. Isso seria possível através de uma revisão da oferta turística; um redirecionamento na promoção, conquistando e mantendo novos visitantes; modificações e ampliações nos equipamentos, atrativos e serviços através da participação ativa dos empreendedores; e principalmente controle de algum órgão que se torne responsável pelo setor no município.

5.9 Atuação do SEBRAE

No decorrer do estudo, ficaram visíveis as etapas da atividade turística realizadas em Jaguari-RS. Contudo, no sentido de viabilizar uma comparação sobre as fases que trazem a literatura e as que ocorreram através do SEBRAE, apresenta-se a Figura 10.

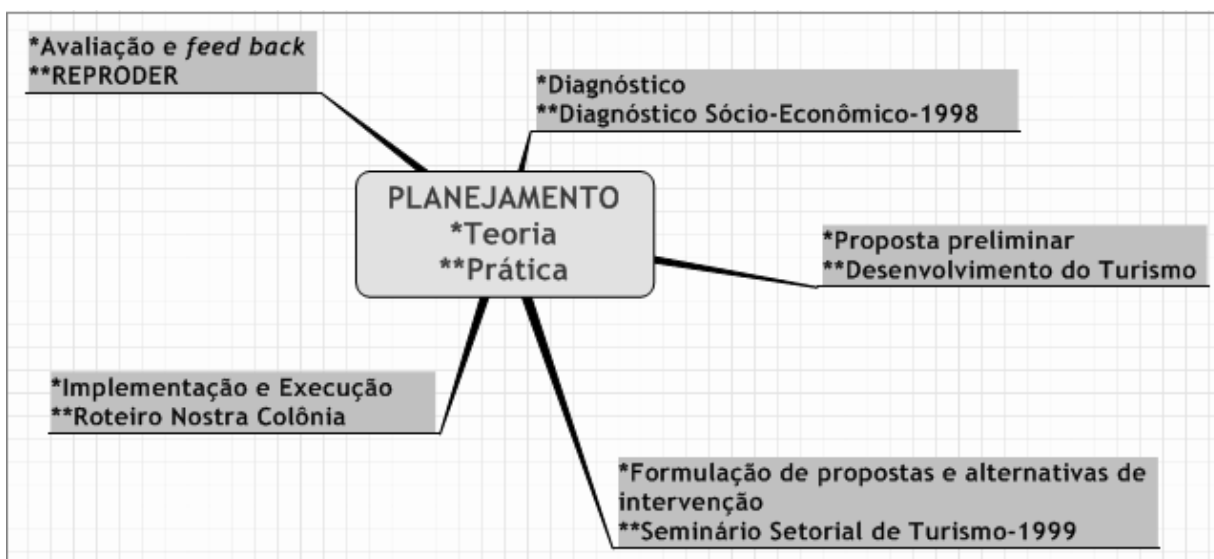


Figura 10 - Etapas Teóricas do Planejamento e as realizadas pelo SEBRAE

Fonte: Elaborado pela autora com os dados da pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo.

* Etapas Teóricas do Planejamento.

**Etapas realizadas no Planejamento do Turismo Rural em Jaguari-RS.

Através do esquema apresentado, parece evidente que o SEBRAE tenha realizado todas as etapas que constam no processo de planejamento abordado na literatura³¹.

Resumidamente³², foi elaborado um diagnóstico do município, no qual se detectou a sua potencialidade turística. A partir disso, houve uma proposta por parte do Poder Público em desenvolver o turismo na localidade. A idéia se concretizou através da elaboração de medidas de intervenção no município, desencadeadas por meio do Seminário Setorial de Turismo, em 1999. Através de projetos, foi possível a implementação do Roteiro Nostra Colônia por meio do PRODER. Posteriormente, houve sua revitalização através do REPRODER, na qual se voltou a algumas etapas anteriores para elaboração de novas estratégias.

Apesar do processo de planejamento ter ocorrido de forma correta, seguindo bibliografias que tratam do tema, notaram-se algumas falhas nas atividades desencadeadas no interior de cada etapa do planejamento.

Um dos fatores ausentes no processo de planejamento foi o marketing turístico. O marketing possui elevada importância, já que, nas palavras de Barretto

³¹ Autores trabalhados neste aspecto: BARRETTO (1991), DIAS (2003), CARVALHO (1979).

³² Essas etapas já foram detalhadas no capítulo anterior.

(1999, p.15), “coordena as atividades do planejamento, organização, execução e controle das ações de troca entre produtores e consumidores.” Nesse sentido, o marketing não é algo que venha a complementar a atividade turística, pois, faz parte da sua própria existência.

O marketing é intimamente relacionado com a demanda turística, pois está sempre voltado a atender aos desejos e expectativas de um público. Mas não somente isso, administra questões de pesquisas como produto a ofertar, para quem ofertar, por quanto e como. É nesse sentido que são tão utilizados os quatro P's de Kotler (1995): Produto, Preço, Praça e Promoção. O Produto, no sentido de sua organização até o momento de ser consumido; o Preço, visando ofertar um produto de qualidade com um custo baixo; a praça, ocasionando a distribuição nos pontos de venda, e, por fim, a promoção, lançando o produto nos meios de comunicação.

Todos esses fatores ocorrem para tornar acessíveis determinados bens e serviços ao consumidor final. É nisto que consiste o marketing turístico. Contudo, o que ocorreu no planejamento do Roteiro Nostra Colônia foi a elaboração de um plano de vendas, que se diferencia do marketing por estar focalizado na figura do vendedor. O que caracteriza o plano de vendas é que este estaticamente se volta à comercialização do produto, ou seja, só entra em cena depois que o produto já está formatado. Ao contrário do marketing, não realiza pesquisas para saber a opinião do cliente, se o produto é adequado e satisfaz seus desejos e necessidades ou não.

Outro aspecto que se observou nas atividades desenvolvidas pelo SEBRAE se refere à metodologia utilizada. Ao examinar os relatórios do PRODER e REPRODER, vê-se que os proprietários participavam e interagiam nas dinâmicas e discussões pertinentes ao Roteiro. Contudo, nas entrevistas com os empreendedores, percebeu-se que muitas vezes os técnicos conduziam para que uma determinada decisão fosse escolhida pelo grande grupo.

Uma explicação para essa atitude pode estar relacionada ao fato de os técnicos,

angustiados por quererem ver resultados mais imediatos, muitas vezes pressionados pela Prefeitura ou pela sua própria instituição e também por desconhecimento metodológico, costumam atropelar o processo, tomando decisões em nome dos grupos, não lhes permitindo descobrir caminhos por si mesmos, por meio de um diálogo construtivo. Costumam também achar que as pessoas não estão preparadas para assumir este processo, não tem cultura (MAIA, 2004, p.43).

Nessa citação, a passagem “angustiados por quererem ver resultados mais imediatos” traz implícito o aspecto do tempo. Nas metodologias utilizadas pelos órgãos de planejamento, o desenvolvimento de atividades realiza-se em função do tempo, caracterizado como de curto, médio e longo prazo. Contudo, o que se percebeu no caso do Roteiro Nostra Colônia foi que os prazos foram demasiados curtos para a realização das ações que estavam sendo propostas. A própria implantação do roteiro ocorreu rapidamente, pois em 1999 começaram as discussões voltadas ao turismo e, em 2000, já se estava comercializando o produto na região.

O curto e médio prazo muitas vezes são utilizados pelos agentes de planejamento com o intuito de brevidade em se obter resultados. Isso pode trazer benefícios econômicos, contudo, ambiental e culturalmente não se podem prever os efeitos causados por mudanças em tão curto espaço de tempo.

No Roteiro Nostra Colônia, percebeu-se que o tempo foi usado erroneamente. Sem levar em conta as características físicas, humanas e de trabalho, o SEBRAE aplicou metodologias que seguem o seu Programa de Turismo. Contudo, o programa não faz distinção em relação ao planejamento da atividade turística em espaço urbano e rural.

O que se quer salientar é que, apesar do rural estar cada vez mais se aproximando da urbanidade, ainda há muitos aspectos que os diferenciam, ou seja, fatores que devem ser levados em conta em qualquer tipo de planejamento.

Nas áreas rurais, as vias de acesso são muitas vezes difíceis, e sempre há necessidade e dependência de locomoção; existe dificuldade de realizar comunicação com as propriedades rurais, levando em conta principalmente os problemas de sinais enfrentados pelos telefones celulares.

Além desses fatores que interferem na questão do tempo, é imprescindível salientar a cultura das pessoas com as quais se vai trabalhar. As famílias rurais são em sua maioria tradicionais, sempre viveram no campo, valorizando a cultura e a terra que geralmente foi de seus antepassados. Facilmente se tornam desconfiadas quando vivenciam situações raras ou desconhecidas, como quando são informantes de uma pesquisa, por exemplo.

Fazendo uma comparação entre sociedade urbana e rural, De Masi (2001, p.7) diz que, “na sociedade rural tudo era do tipo emotivo, na sociedade industrial tudo era do tipo racional”. Hoje isto ainda é presente. Seguindo esse raciocínio, a

sociedade urbana é a que detém os conhecimentos científicos e é voltada ao mercado, à comercialização. Já a sociedade rural é voltada para a prática e se contenta com o suficiente para sua subsistência nesse meio.

O que se quer demonstrar é que,

uma comunidade impregnada de valores tradicionais da sociedade rural será mais resistente à mudança do que uma comunidade orientada por valores da sociedade urbana. (ALMEIDA 1989, p.45)

Como se percebe, existem características opostas nesses espaços e estas influenciam no tempo destinado para o planejamento. A mudança é vista pelas famílias rurais como uma espécie de ameaça, que só é enfrentada quando os produtores tiverem informações suficientes e confiança nos técnicos de planejamento.

Na atuação do SEBRAE no município de Jaguari-RS, foi verificado que este trabalha com o tempo urbano e industrial em um meio em que não deve ser feita essa equivalência de facilidades, serviços e tecnologias.

Retomando as considerações anteriores, ressalta-se a importância do conhecimento e das relações entre os atores que atuam no planejamento, famílias rurais, técnicos do SEBRAE e Prefeitura Municipal. Nesse enfoque, Maia (2004, p.43) cita que os técnicos “Costumam também achar que as pessoas não estão preparadas para assumir este processo, não tem cultura” . Isso dificulta a preparação dos empreendedores nas ações de continuidade do Roteiro. O trabalho de um órgão, no processo de planejamento, vai muito além da preocupação em realizar as fases de planejamento adequadamente. A abertura de espaços para que o produtor se sensibilize, se envolva, reflita e tome decisões de acordo com a realidade local é inquestionável. O trabalho, neste caso, precisa ter mais enfoque nas pessoas, fazendo-as refletir sobre as decisões dos caminhos a percorrer. Caso ocorresse isso, poderia ser evitado o estacionamento das atividades que vinham sendo realizadas junto à comunidade. Segundo o depoimento do entrevistado,

o SEBRAE nos deu uma mão grandiosa e foi embora, não por culpa deles, mas dos políticos que são os responsáveis por trazer esses órgãos, mas nós ficamos trepados no coqueiro sem a escada, uns ficam em cima, outros pendurados, outros caem, então nós estamos passando por uma fase meio crucial (entrevistado).

O depoimento demonstra que, com o término do convênio entre prefeitura e SEBRAE, os empreendedores ficaram perdidos, sem reação. Contudo, apesar da prefeitura não ser obrigada a refazer o convênio com o órgão responsável pelo planejamento, cabe a ela acompanhar e, através de uma secretaria responsável pelo turismo, dar continuidade às ações anteriores.

Na perspectiva de verificar a atuação do SEBRAE no Roteiro Nostra Colônia, destinou-se uma parte da entrevista para que os proprietários falassem sobre o órgão. As respostas foram positivas:

no começo era uma coisa divina (SEBRAE), não podia ser melhor (entrevistado).

SEBRAE fazia treinamentos, cursos, visitas, ajudavam a arrumar a propriedade da gente, no início foi bem, valeu a pena (entrevistado).

Todavia, alguns empreendedores possuem outra visão do órgão, como se cita abaixo,

o SEBRAE é muito técnico, no início foi válido, eu tenho duas definições que é difícil até de falar. SEBRAE para mim é um caso enrolado, mas ele existe, é um órgão que tá aí para auxiliar. Eu acho um custo muito elevado o SEBRAE para fazer o que eles fazem, é rasgar dinheiro (entrevistado).

Alguns mais favoráveis, outros menos, mas de certa forma esses empreendedores acreditam que, se o SEBRAE estivesse auxiliando o Roteiro nos dias atuais, a situação estaria melhor. Concorda-se com isso, mas não necessariamente este órgão teria que ser o SEBRAE, mas, sim, alguma instituição interna do município juntamente com a Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Comércio, Indústria e Turismo.

5.10 Atuação do Poder Público

É muito importante que o turismo, antes de trazer satisfação aos turistas, proporcione motivação e bem-estar aos próprios residentes da localidade. Por isso, a atuação do poder público é essencial. Programas de educação, saúde, segurança, transporte, comunicação, meio ambiente, agricultura, entre outros, melhoram a qualidade de vida e elevam a auto-estima da comunidade.

Nesse sentido, as necessidades dos moradores vão sendo supridas e isso se refletirá numa população mais motivada e feliz para recepcionar os visitantes, não com o medo de uma invasão de pessoas “de fora” que estarão usufruindo do mesmo espaço, mas instigados em informar e mostrar o quanto sua cidade tem para mostrar e contar.

Mesmo tendo essas preocupações em mente, não é desse modo que ocorre em muitas localidades,

no turismo, as preocupações de estabelecer políticas para o setor só aparecem quando este adquire importância econômica ou quando ameaça a causar transtornos. Antes disso, caracteriza-se pela espontaneidade, com pouco ou nenhum controle de seu desenvolvimento, obedecendo apenas à lei do mercado (SOLHA, 2006, p.90).

De acordo com isso, nota-se que as políticas vêm quase sempre como atividades posteriores à implantação do turismo. Às vezes essa decisão pode vir tardiamente, já que, na maioria das vezes, principalmente no que se refere à cultura e ao ambiente, os impactos ocasionam malefícios às comunidades locais.

Ainda, segundo Oliveira (2004, p.271), “um planejamento adequado é aquele que se preocupa com os rumos que a atividade que será desenvolvida terá futuramente”. Nesse sentido, a atuação do poder público, através de estratégias, diretrizes e políticas das secretarias, dos conselhos, das associações, é de elevada importância para que a atividade traga realmente o desenvolvimento econômico e que seja contínua, independente da visão das administrações futuras.

Contudo, na investigação em Jaguari-RS, deparou-se exatamente com esta situação. No decorrer do processo de planejamento do turismo no município, houve mudança na administração municipal devido às eleições, sendo que a oposição assumiu o cargo. No Quadro 7, apresenta-se a relação das diferentes administrações municipais, no município de Jaguari, no período de 1983 até os dias atuais.

Prefeitura Municipal de Jaguari-RS	Período dos mandatos	Atitudes
Administração A	1983 - 1989	Desfavorável
Administração B	1989 - 1992	Favorável
Administração C	1992 - 1997	Indiferente
Administração B	1997 - 2000	Pioneira
Administração A	2001 - 2002	Desfavorável
Administração A - b	2002 - 2004	Desfavorável
Administração A - b	2005 - atual	Desfavorável

Quadro 7 - Administrações Municipais de Jaguari-RS com respectivos período de vigência e atitude política vis-à-vis turismo.

Fonte: Elaborado pela autora com informações do site www.pmjaguari.com.br

Observação: Não é de interesse da pesquisa expor nomes de Prefeitos nem de seus partidos políticos.

A administração denominada A - b se refere ao Vice-Prefeito de A

A administração que estava atuando no município quando se começou a falar em turismo é a do período entre 1997 a 2000, o que se denomina de administração B. Essa estava no seu segundo mandato, não consecutivo, pois o mesmo prefeito já havia atuado no cargo entre os anos de 1989 a 1992.

Em 2001, houve uma mudança na administração municipal devido às eleições ocorridas em 2000, com isso outro partido político assumiu o poder (administração A). Esse mesmo prefeito já havia estado no cargo nos anos entre 1983 a 1989. Todavia, por motivo de doença, afastou-se e, posteriormente, veio a falecer em 2002. Seu vice, que já o estava substituindo, tomou posse do cargo (Administração A - b).

Como os debates trazidos neste estudo estão intimamente ligados à questão das administrações municipais, segue, no decorrer do texto, uma descrição acerca da atuação desses mandatos no que se refere ao setor de turismo.

5.10.1 Administração 1997 - 2000

Quando se iniciaram as discussões acerca do turismo no município, não houve uma preocupação aprofundada com a oferta turística local. Segundo Ruschmann (1997, p. 138), “a oferta turística de uma localidade é constituída da

soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante sua estada em uma destinação”. Esses produtos se caracterizam pelos atrativos naturais, socioculturais e tecnológicos. Já os serviços se referem aos alojamentos, restaurantes, transportes e serviços de informações turísticas.

A união desses componentes é que ocasiona a formatação de um Roteiro. Ainda, quanto mais diversificado esses forem, mais atratividade poderão exercer sobre os turistas. Contudo, não foi desse modo que os planejadores atuaram inicialmente. Quando administração começou a disseminar o turismo, percebe-se que as atenções estavam voltadas mais à questão dos atrativos. A questão dos equipamentos básicos de infra-estrutura não foi tratada como fator essencial na atividade. Como exemplo, pode-se colocar o fato da hospedagem no município e no próprio Roteiro. Na cidade havia pouca disponibilidade hoteleira, nem o suficiente para acomodar uma excursão, por exemplo. Com isso, o Roteiro se caracterizou como sendo um destino a ser percorrido e conhecido durante um dia somente, sem pernoite. Nesse caso a própria classificação mudaria de turista para excursionista, segundo alguns autores³³.

Mas também foi citado pelos empreendedores que o Roteiro não possui atividades que possam ser feitas em mais de um dia. Esse tempo é suficiente para que o visitante conheça o local. Neste aspecto, isto é um ponto negativo para os proprietários e para o próprio município, já que, quanto menos tempo o turista permanece no local, menos ele gasta.

Assim, teria sido importante um incentivo junto a fontes de financiamento, possibilitando aos proprietários o investimento em infra-estrutura turística e estimulando outras pessoas da comunidade a se inserirem na atividade através de ocupações que viessem a complementar a renda familiar e ao mesmo tempo somar aos atrativos turísticos já existentes no município.

Todavia, é bom salientar que o interesse pelo turismo no município se deu através desta administração. Foi nesse período que se começou a levar a sério a atividade como um setor propício para ser explorado na localidade como uma forma de desenvolvimento. Segundo o depoimento de um entrevistado,

³³ Turista, segundo a OMT, é o viajante que permanece mais de 24 horas no local; quando esse tempo diminui, é chamado excursionista.

aquela época de inauguração que foi o prefeito que iniciou era uma maravilha, a gente conseguiu organizar porque ele apoiava (entrevistado).

Como se pode perceber, foi a prefeitura que mobilizou determinados segmentos da sociedade para discutir a temática e firmou convênio com o SEBRAE. Nela foi designado um funcionário para tratar das questões exclusivas do Roteiro. Nessa época, a Secretaria de Comércio, Indústria e Turismo era atuante. Foi também durante este mandato que houve apoio para a confecção de folders de divulgação, e ainda a implantação da sinalização das propriedades componentes do Roteiro.

Com isso, apesar de alguns aspectos merecerem maior interesse e atenção do poder público e órgãos que sejam planejadores do turismo, é perceptível que a Prefeitura apoiou e investiu na atividade. Os resultados positivos visíveis foi um aumento na renda familiar, a valorização do espaço pelas próprias famílias e uma maior sociabilização devido ao contato com pessoas provenientes de outros lugares.

5.10.2 Administração atual

Em contraponto à administração anterior, ficou visível, através das entrevistas com os proprietários, que a administração atual não se interessa pela atividade turística. Segundo a opinião dos proprietários, isso se deve ao fato de que o prefeito atual é de partido político diferente do prefeito anterior:

agora que trocou, tu sabe como é política, um faz e o outro desmancha. Começou a enfraquecer né, não teve mais apoio da prefeitura, a gente tá fazendo tudo com as próprias pernas (entrevistado).

Fica evidente, segundo os empreendedores, que esse descaso e desinteresse pelas ações de continuidade do roteiro estariam ligados a conflitos entre partidos opostos. Essa explicação não é descartada, já que se sabe que esses conflitos ocorrem freqüentemente na política. Contudo, seria complicada sua verificação.

Porém, na entrevista realizada com o Prefeito, verificou-se que este tem conhecimento das ações realizadas pela administração anterior no desenvolvimento

da atividade turística. Percebe-se, no depoimento de um entrevistado, que a visão da administração atual em relação ao turismo é muito limitada. Ele diz:

nós não temos em Jaguari, espírito turístico, não temos uma visão turística por parte da administração municipal, é aquela falta, turismo é plantar uma florzinha no meio da rua né, turismo é uma coisinha muito certa (entrevistado).

O desconhecimento em relação à atividade turística, explica os motivos do desinteresse para com os empreendedores.

Segundo o entrevistado, “o roteiro deveria caminhar com as próprias pernas”, contudo, eles não foram preparados nem conscientizados para isso, pois em todo o processo houve a dependência de órgão externo. E, mesmo que houvesse a preparação dos empreendedores para alcançarem sua interdependência, o apoio e o acompanhamento do poder público são fundamentais.

No tocante aos investimentos e apoio, a prefeitura, no início do Roteiro, era mais ativa nestes aspectos. A própria administração atual reconhece isso. Todavia, complementa que a Prefeitura investiria mais se houvesse projetos concretos com certeza de resultados, seja a curto ou a longo prazo.

Nesse ponto, sabe-se de que existe a Secretaria de Comércio, Indústria e Turismo, mas como em Jaguari, segundo o Prefeito, não tem indústria, e o comércio é pouco, a maioria das atividades eram voltadas ao turismo. Hoje, complementa, “não existe pessoal responsável pela secretaria, pois não se encontrou pessoal qualificado, ou seja, não existe na prefeitura quem trabalhe exclusivamente com o turismo”.

A partir dessas afirmações, apresenta-se a Figura 11, que retrata a falta de interesse pelo poder público exposta no depoimento do Prefeito.

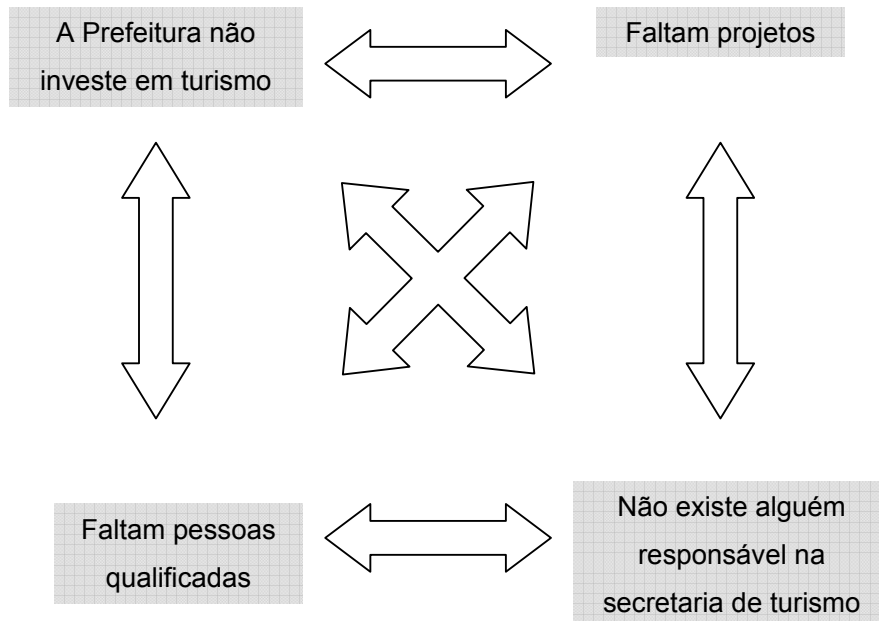


Figura 11 - Esquema demonstrativo do desinteresse da Prefeitura Municipal de Jaguari-RS pela atividade turística

Fonte: Elaborado pela autora com os dados da pesquisa

O esquema demonstra com clareza que as ações mencionadas estão relacionadas, sendo que nenhuma das ações isoladamente é responsável pelo descaso da prefeitura perante a atividade turística. E, diante dessa situação, o que se pode concluir é que o único responsável por isto acontecer é a própria prefeitura. Primeiramente, foi citado pelo entrevistado que a prefeitura não investe em turismo porque não existem projetos concretos. Não há projetos porque não existe uma pessoa responsável, isso acarreta falta de pessoas qualificadas para ocupar o cargo.

Segundo depoimento de um proprietário integrante do roteiro,

falta alguém que pense turismo, alguém que pense o que tem que fazer em Jaguari. O que não podemos é deixar cair, e é barato, pelo que se deixa de ganhar é muito barato....um projetinho, 2 que se faça bem feitinho, já traz retorno, e não é só isso, traz dinheiro, traz gente interessante. Só que faz dez anos que eu falo isso. E eu não consigo achar uma fresta entre os políticos que me traga esperança (entrevistado).

O que se verifica nesta entrevista é que o poder público não tem “espírito turístico” como o empreendedor pôs. Talvez por nunca ter a curiosidade de conhecer melhor o setor de turismo, ou ainda isso não tenha acontecido pelos conflitos partidários. O que se pode constatar é o declínio do turismo rural no município caso a imagem restrita que o poder público tem desta atividade persistir. Mas, sabe-se que Jaguari não é o único município em que ocorre esse tipo de problema. As políticas públicas voltadas ao setor são recentes. Por não ter uma força tão grande e pela falta de experiências consolidadas nessa modalidade de turismo, várias prefeituras vêm resistindo ao desenvolvimento da atividade por não terem a certeza de resultados positivos a curto prazo.

Em relação a essa comparação entre a administração atual e a anterior, feita neste subitem, quer-se deixar bem claro que não há nenhum tipo de certeza de que A está errada e B, certa. O que se percebe é de que uma fez mais do que a outra no que se refere ao setor de turismo. Sabe-se que, na política, muitas ações se concretizam devido às “promessas” feitas em épocas de eleição. Dessa forma, pode ser que a administração não tenha prometido nada em relação à continuação da atividade. Contudo, esta se faz presente no município e é do interesse e dever do poder público apoiar e acompanhar as atividades que podem trazer desenvolvimento para a localidade e até mesmo para a região (através da Rota Caminho das Origens), ou seja, não é justificável o desinteresse.

O que se pode fazer, no momento atual, é tentar sensibilizar a administração atual através de estudos, visitas técnicas e outras experiências que chamem a atenção desta para uma possível situação de declínio do roteiro.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste trabalho, viu-se que a prática do planejamento é importante no desenvolvimento do turismo rural. Porém, o sucesso e a consolidação de um produto não dependem somente de um modelo teórico de planejamento.

O planejamento foi trabalhado neste estudo como sendo um processo sistematizado, envolvendo um conjunto de fases que não são estáticas, são dinâmicas, se relacionam. A teoria do planejamento facilita o desenvolvimento do turismo, mas no momento em que é formulado sobre uma realidade, deve considerar as características naturais, culturais e sociais para melhorar o desencadeamento de ações.

Nesse sentido, o turismo rural em Jaguari-RS passou por um processo de planejamento que realizou as fases existentes na literatura. Elaborou-se o diagnóstico do município que resultou na proposta de desenvolver o turismo, ocorrendo então a confecção de projetos durante os seminários organizados pelo SEBRAE. O roteiro Nostra Colônia foi implementado e, posteriormente, devido às necessidades sentidas, realizou-se um redirecionamento das ações através do REPRODER.

Contudo, alguns fatores de extrema importância não foram efetivados nesse processo. Um deles foi a ausência de marketing, sendo que o que ocorreu no Roteiro Nostra Colônia foi a elaboração de um plano de vendas. Este se constitui somente na venda do produto, enquanto o marketing se focaliza na pesquisa, controle e fidelidade da demanda turística em uma localidade.

Essa falta de preocupação em relação à demanda fez com que o roteiro nunca tivesse um público-alvo específico. O roteiro foi implantado sem a preocupação de quem iria usufruí-lo. Os atores envolvidos ficaram mais centrados na oferta, na organização, na viabilização do turismo rural, sem se questionarem como se encontra o mercado desse segmento, quais pessoas buscam e onde se localizam, bem como seus motivos, desejos e expectativas, para ter subsídios no momento de atingi-los através de divulgação.

Ressalta-se também a importância de haver união entre os atores envolvidos. As relações entre comunidade, poder público e outros órgãos internos e externos são importantes. Por isso, quando estabelecidas de forma harmoniosa, maximizam as chances de desenvolvimento. Caso contrário, as ações serão desencadeadas isoladamente, gerando muitas vezes esforços em vão.

A relação inicial entre Prefeitura, SEBRAE e proprietários rurais era integrada, pois ambos trabalharam em conjunto nas medidas propostas. Posteriormente, com a mudança na administração do município e conseqüente desligamento do SEBRAE, as relações se romperam e os proprietários, sendo os mais interessados no Roteiro, continuam atuando através de ações isoladas que se tornam insuficientes para reverter a situação atual.

Em relação ao SEBRAE, percebeu-se um entrave na metodologia utilizada, que não permitiu abertura à comunidade envolvida nas tomadas de decisões, tornando-os espectadores e não agentes do desenvolvimento da atividade. Ainda, encarou-se como um problema a questão dos prazos utilizados por este órgão. O tempo estipulado nos projetos foi restrito em relação aos objetivos propostos.

Isso está bastante relacionado ao fato de que o planejamento geralmente é previsto de acordo com o órgão/instituição que o está realizando. Se uma administração dura quatro anos, o planejamento terá no máximo esse prazo de realização. Como inicialmente o convênio com o SEBRAE foi previsto para dois anos, todas as fases foram programadas para serem desenvolvidas neste tempo.

Nesse sentido, discutiram-se também alguns aspectos relacionados à idéia de tempo. Na atuação do SEBRAE, percebeu-se que este trabalha com os mesmos métodos em diversos ambientes. No meio rural, dependendo do local, o acesso é difícil, os meios de comunicação nem sempre estão disponíveis, ocasionando uma demora maior para a efetivação de certas ações. Devido a isso, é necessário um olhar mais cauteloso em relação à aplicação de modelos urbano-industriais em ambientes rurais.

Em relação ao Poder Público, deixa-se claro que o intuito não é fazer juízo de valor sobre as administrações atuantes desde a implantação do turismo. Contudo, não se pode ocultar informações obtidas através dos proprietários, na realização da pesquisa.

Assim, o que se pode concluir foi que houve uma administração que impulsionou o turismo no município, fornecendo todo apoio necessário nesse setor.

Porém outro partido assumiu a administração atual e as ações realizadas em benefício à atividade foram suspensas. Em fatos concretos, antigamente existia uma secretaria que cuidava do setor turístico, havia acompanhamento aos proprietários do roteiro, firmou-se parceria com o SEBRAE. Nos dias atuais, não existe pessoa responsável pela secretaria na qual está incluído o turismo, e também não se perceberam iniciativas para que isto fosse resolvido.

Assim, deveriam existir políticas de fomento, apoio e incentivo em favor do desenvolvimento do turismo no município. Com isso, a comunidade seria beneficiada, obtendo mais oportunidade de reverter a situação atual. Se no início os proprietários criaram expectativas quando os grupos de excursões começaram a chegar ao município, atualmente se encontram frustrados pelo desinteresse para com eles. Desse modo, seria fundamental políticas que assegurassem o apoio da atividade independentemente do partido político atuante.

Utilizou-se, neste estudo, teoria que demonstra a existência do ciclo de vida de um produto, que segue os passos de investimento, exploração, desenvolvimento, consolidação, estagnação e rejuvenescimento ou declínio. No caso do Roteiro Nostra Colônia, ocorreu exploração e desenvolvimento do turismo, todavia o roteiro não chegou a se consolidar, passando diretamente para a fase de estagnação.

O caso do roteiro é preocupante, pois não existem iniciativas para reverter essa situação. O poder público não o faz por desinteresse, e os proprietários por não terem muita força de poder e recursos. Por esse motivo, continuam com as atividades agrícolas que nunca deixaram de existir na propriedade. Alguns ainda participam da associação do Roteiro, cujos membros se reúnem freqüentemente para tratar dos assuntos ligados ao turismo.

Mediante os fatos que ocorreram ao longo do processo de planejamento do turismo rural em Jaguari-RS, e tomando por base os anseios dos proprietários, sugere-se o estabelecimento de parcerias para revitalização do roteiro entre instituições do próprio município, seja Prefeitura Municipal, Sindicato rural, EMATER e Associação Comercial e Industrial do município.

Por estarem mais perto da realidade e pelas relações que são maiores em cidades pequenas, o próprio município tem condição de revitalizar a atividade. Para isso, a sensibilização do poder público em relação ao turismo deve ocorrer eminentemente. A Secretaria de Turismo necessita ser preenchida por pessoal

qualificado na área. A comunidade necessita ter maior participação no momento de escolha de quais setores serão priorizados em uma administração.

Concluindo, espera-se ter colaborado, através deste estudo, com a organização de informações referentes ao planejamento do turismo no município e contribuído para identificar os empecilhos da expansão e consolidação do roteiro Nostra Colônia - Jaguari-RS.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **O capital social dos territórios**: repensando o desenvolvimento rural. *Economia Aplicada*. 4(2): 1-20, abril/junho 2000.

ALMEIDA, Joaquim Anécio. **Pesquisa em Extensão Rural**: um manual de metodologia. Brasília, MEC/ABEAS, 1989.

BARRETO, Abdon. **Marketing Turístico**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1999.

BARRETTO, Margaritta. **Planejamento e Organização em Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1991.

BACCIN, A. Jaguarí lança rota turística. **Jornal A Razão**, Santa Maria, 02/12/2000, p.8.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2003.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

BOVO, Carlos Eduardo de Oliveira. **Turismo rural no Estado de São Paulo**: uma semente que floresce, Santa Maria,RS: FACOS, 2005. (Série Dissertações em Turismo Rural, n.9).

BUARQUE, Sérgio. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), 1999.

CAMARGO, Thiago. **Planejamento Normativo e Planejamento Participativo**. In: Projeto Inovar, 2004.

CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO DA SILVA, José. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: **Turismo rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP: UDUSC, 2000. p. 145-179.

CARVALHO, Horácio Martins de. **Introdução à teoria do planejamento**. São Paulo: brasiliense, 1979.

CAVACO, Regionalização do turismo em áreas rurais a partir da oferta? In: **Turismo Rural: Patrimônio, Cultura e Legislação**. Santa Maria, RS: Facos, 2006, p.63-104.

COSTA, Carlos. Um paradigma emergente na área do planejamento? Reflexão sobre questões de teoria e de prática para a área do planejamento em turismo. In: **Turismo em espaços rurais e naturais**. Coimbra: Instituto politecnico de Coimbra, 2003.

DA SILVA, Bruno Freitas. **Organização da Produção Vitivinícola e suas Implicações Espaciais em Jaguari/RS**. Trabalho de Graduação. Santa Maria, 2006.

DEL GROSSI, Mauro Eduardo; GRAZIANO DA SILVA, José. **O novo Rural: Uma abordagem ilustrada**. Londrina: Instituto Agrônômico do Paraná, 2002.

DE MASI, Domenico. Turismo e tempo livre: uma alternativa para o terceiro milênio. In: **Turismo: lazer e políticas de desenvolvimento local**. Manaus: Editora da universidade Amazonas, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: Política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

DORTA, Lurdes Oliveira; DONADELLI, Vevali; GUT, Mauro Araújo. **Desenvolvimento de Projetos Turísticos**. São Paulo: COPIDART, s/d.

DREHER, Marialva Tomio. Planejamento do turismo em áreas não-urbanas: envolvendo a comunidade. In: Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 4, 2003, Joinville, **Anais...As políticas públicas e ações privadas no turismo rural**. Joinville: IELUSC, 2004. p. 241 - 249.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de turismo. **Diretrizes nacionais para o desenvolvimento do turismo rural**. Ministério da Indústria, do Comércio e do turismo, Brasília, Digitado, 1999.

GRAZIANO DA SILVA, José; DEL GROSSI, Mauro; CAMPANHOLA, Clayton. O que há de realmente novo no rural brasileiro. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 3, 2002, Santa Cruz do Sul, **Anais...O rural como nova opção para o turismo**. Santa Maria - RS: Ed. UNISC, 2002. p.107 - 112.

GRAZIANO DA SILVA, José et al. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Org. ALMEIDA, J.A. et al. Santa Maria: Centro gráfico, 1998.

HALL; CLIN; MICHAEL. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

JAPPE, Fernanda Miron. **Turismo e Meios de Comunicação**: Estudo da divulgação do turismo rural em São José dos Ausentes. Santa Maria: Facos, 2005. (Série Dissertações em Turismo Rural, n.12).

JARA, Carlos Julio. **A sustentabilidade do Desenvolvimento Local**. Desafios de um processo de construção. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA): Recife: Secretaria de Planejamento do Estado de Pernambuco – Seplan, 1998.

KASTENHOLZ, Elizabeth. A Segmentação de mercado como ferramenta estratégica no contexto do turismo rural. In: **Turismo Rural**: patrimônio, cultura e legislação. Santa Maria, RS: FACOS, 2006. p.137 - 152.

KOTLER, Philip. **Marketing Público**. São Paulo: Makron Books, 1995.

LEMOS, Leandro Antônio de. O turismo e as informações de mercado. In: **Turismo urbano**: cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999. p. 45-65.

MAIA, Dario Magno de Miranda. A história e os conceitos de desenvolvimento. In: **Projeto Inovar**. 2004.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Programa de Turismo Rural na Agricultura familiar**. s/d

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**, Brasília, 2004.

_____. **Plano Nacional de Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007**. 2. ed. Brasília, 2003.

MOLINA, Sérgio. **Turismo**: Metodologia e planejamento. Bauru, SP: Edusc, 2005.

MOLINA, Sergio; RODRÍGUEZ, Sergio. **Planejamento Integral do Turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

OLIVEIRA, Cássio G. S.. **Turismo Rural**: procedimentos para a implantação e o desenvolvimento dessa atividade em propriedades rurais. Dissertação de mestrado. São Paulo, ECA/USP, 2001.

OLIVEIRA, Raquel Aparecida.; KRAISCH, Soraia Daiane. **Planejamento turístico em áreas rurais**: a busca da sustentabilidade. In: Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 4., 2004, Joinville, 2004. p.269-274.

OLIVEIRA, Raquel Schorn. **O produto do roteiro de turismo rural, colonial e ecológico, sob a perspectiva de diferentes interesses**: Diagnósticos e propostas. Santa Maria,RS:FACOS, 2002. (série dissertações em Turismo Rural, n.2).138p.

PEDRON, Flávia de Araújo; KLEIN, Angela Luciane. **Políticas Públicas para a atividade de Turismo Rural**: estudo da utilização dos recursos do PRONAF. In: Extensão Rural, Santa Maria, RS: UFSM, n.11 jan/dez 2004. p.91 - 103.

PETROCCHI, M. **Gestão de Pólos turísticos**. São Paulo: Futura, 2001.

RIBEIRO, Manuela. Pelo turismo é que vamos/ podemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento rural. In: **Turismo em Espaços Rurais e Naturais**. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 2003. cap. 1, p.41-56.

RICCI, Rudá. Modelos de Descentralização. In: **Projeto inovar**. 2004.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Vozes, 1982. 124p.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável**. A Proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SEBRAE/PRODER. **Diagnóstico sócio-econômico do município de Jaguari**. Outubro, 1998.

SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE. **Manual do Núcleo de Desenvolvimento e Inovação**. PRODER. SEBRAE-RS, 2000.

SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE. **Programa de Turismo**. Disponível em: <http://www.sebrae-rs.com.br/>. Acesso em : 20 de jul de 2005.

SILVA, Maurem Fronza. **Turismo Rural, Agricultura Familiar e Comunidade**, Bento Gonçalves, RS. Santa Maria, RS: FACOS, 2005. (série dissertações em turismo rural, n.3)

SCHLÜTER, Regina G. **Metodologia da Pesquisa em Turismo e Hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003. (série turismo)

SOLHA, Karina Toledo. Política de Turismo: desenvolvimento e Implementação. In: **Planejamento turístico**. Barueri, SP: Manole, 2006. p.89-100.

TULIK, Olga. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

VIEIRA, Elias Medeiros. **Políticas Públicas e Legislação para o Turismo Rural**. Santa Maria, RS: FACOS, 2005. (Série Dissertações em Turismo Rural, n.11)

VOLPATO, Gilson Luiz. **Ciência: da filosofia à publicação**. Botucatu: Tipomic, 2004.

ZIMMERMAN, Adonis. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: **Turismo rural e desenvolvimento local**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

_____. **Turismo Rural**: um modelo brasileiro. Florianópolis, SC: Ed. do autor, 1996.

ZUANAZZI, Milton. Turismo Rural e Políticas Públicas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 4, 2003, Piracicaba-SP, **Anais...**O turismo como vetor do desenvolvimento Rural Sustentável. Piracicaba: FEALQ, 2003. p.13 - 19.

8 - ANEXOS

ANEXO A - Fotos do município de Jaguari - RS



Igreja Matriz de Jaguari-RS
Fonte: Pesquisa de campo



Ponte Rodoviária e da Viação Férrea
sobre o Rio Jaguari-RS
Fonte: Folder de Jaguari



Balneário Municipal Fernando Schiling
Fonte: Folder de Jaguari



Barragem Furnas do Segredo
Fonte: Folder de Jaguari



Pórtico de entrada da cidade
Fonte: Pesquisa de campo



Obelisco
Fonte: Folder de Jaguari



Monumento em homenagem
aos Imigrantes Italianos
Fonte: Pesquisa de campo