

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

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL
NA QUARTA COLÔNIA - RS – BRASIL: UMA
ABORDAGEM NA PERSPECTIVA DO CAPITAL
SOCIAL**

TESE DE DOUTORADO

Adriana Pisoni da Silva

**Santa Maria, RS, Brasil
2014**

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL NA QUARTA COLÔNIA - RS
– BRASIL: UMA ABORDAGEM NA PERSPECTIVA DO CAPITAL SOCIAL**

Adriana Pisoni da Silva

Tese apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Extensão Rural, da Universidade Federal de Santa Maria
(UFSM/RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de
Doutor em Extensão Rural

Orientador: Prof. Dr. José Marcos Froehlich

**Santa Maria, RS, Brasil
2014**

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

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL NA QUARTA COLÔNIA - RS
– BRASIL: UMA ABORDAGEM NA PERSPECTIVA DO CAPITAL SOCIAL**

elaborada por
Adriana Pisoni da Silva

como requisito parcial para obtenção do grau de
Doutor em Extensão Rural

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. José Marcos Froehlich, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Prof. Ivo Elesbão, Dr. (UFSM/ UDESSM)

Prof^a. Jaqueline Kegler, Dr^a (UFSM)

Prof. Mário Riedl, Dr. (FACCAT)

Prof^a. Rut Maria Friedrich Marquetto, Dr^a (URI- Santo Ângelo)

Santa Maria, Agosto de 2014.

Ao Antonio Carlos Rocha Azambuja, com amor.

AGRADECIMENTOS

A elaboração desta tese só foi possível devido à cooperação e confiança das pessoas com as quais tenho relações profissionais, de amizade e familiares.

Agradeço:

A Universidade Federal de Santa Maria.

Aos professores e colegas do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural (UFSM).

Aos professores e colegas do Curso de Turismo da UNIFRA.

Ao Prof. Marcos Froehlich, pela dedicada e compreensiva orientação.

Às Prof^{as} e Prof^{os} da banca, em especial à Elsbeth, Rut e Jaqueline, pela parceria e amizade já compartilhadas.

À Quarta Colônia e seus encantos e sua gente que sempre me recebeu com hospitalidade.

Ao Antônio Azambuja, que me acolheu nesta nova etapa da minha vida em Jaguarão, pelo companheirismo incondicional, pelo apoio e ajuda na logística.

Aos meus pais, Terezinha e Manuel, pelos ensinamentos de vida, amor e cuidado, pelo incentivo constante em alcançar os meus desafios e sempre me recordando da importância da fé.

A minha avó Horacina e meu avô André, pelas orações e desculpa pela ausência nos momentos que eu não pude estar com vocês.

Os amigos e eternos vizinhos, queridos de coração Iara, Wesley, Laíse e Hedley, pelas palavras de incentivo, apoio constante, acolhida em seu lar mesmo quando me mudei de Santa Maria, são amigos para sempre.

Aos queridos Isadora, Ezequiel, Iolanda, pelo coleguismo, ajuda e incentivo, sempre me alcançando algo e dizendo vamos terminar esse trabalho;

Aos novos colegas e alunos do Curso Superior de Tecnologias em Gestão de Turismo da UNIPAMPA – campus Jaguarão.

Enfim, a Luna, pelo companheirismo fiel e sua alegria canina.

EPÍGRAFE

“A vida não é a que a gente viveu e sim a
que a gente recorda, e como recorda para
contá-la”

Gabriel García Marquez

RESUMO

Tese de Doutorado
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural
Universidade Federal de Santa Maria

TURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL NA QUARTA COLÔNIA - RS – BRASIL: UMA ABORDAGEM NA PERSPECTIVA DO CAPITAL SOCIAL

AUTORA: Adriana Pisoni da Silva

ORIENTADOR: José Marcos Froehlich

Data e local da defesa: Santa Maria, 29 de agosto de 2014

A presente tese tem como temática central o turismo e o desenvolvimento territorial na perspectiva do capital social, tendo por objetivo analisar em que medida os obstáculos que dificultam a realização do potencial e a consolidação do turismo no território que abrange a Quarta Colônia, RS, Brasil, estão relacionados à noção de capital social. Os objetivos específicos são: apresentar um breve perfil de alguns dos empreendimentos e dos empresários que atendem a oferta de serviços turísticos, a fim de levantar informações sobre a origem dos empreendimentos, os principais produtos ofertados, sobre o público que frequenta tais estabelecimentos e suas estratégias de divulgação; investigar qual é a visão dos atores que estão envolvidos com o turismo na Quarta Colônia sobre esta atividade, buscando identificar se e como estabelecem formas de articulação e ações coletivas; identificar a recorrência ou não de laços de confiança, relações de cooperação e ações coletivas estabelecidas entre os atores envolvidos com o turismo na Quarta Colônia; investigar se e como informações, ações de comunicação e de capacitação são estabelecidas e compartilhadas entre os atores envolvidos com o turismo na Quarta Colônia. O embasamento teórico utilizado para auxiliar nessa compreensão está baseado principalmente nas noções de: a) desenvolvimento territorial, b) arranjos produtivos locais, c) capital social, d) turismo e sistema turístico. Como categorias teóricas operacionais para a compreensão da organização produtiva do turismo na microrregião da Quarta Colônia e a constituição do capital social, traz-se as relações de confiança, cooperação e ação coletiva, estratégias de mercado, ações de informação, comunicação, inovação e capacitação. A opção metodológica feita para esta investigação é o Estudo de Caso, tendo como *locus* de análise o eixo Santa Maria – Quarta Colônia/RS/BR, tendo como recorte temporal as últimas décadas a partir do ano de 1995 (fundação do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Região da Quarta Colônia). A pesquisa de campo, contemplando as etapas de observações e aplicação de questionário com os visitantes e entrevistas semiestruturadas com os atores locais, foi realizada no período de 2010 a 2014. Como resultado, verificamos as interações entre os atores locais representativos do setor empresarial, governos municipais e representantes do terceiro setor, analisando as ações dos mesmos com relação às categorias operacionais já postas anteriormente e a sua atuação no sistema turístico da microrregião. Infere-se que são frágeis as relações entre os atores, quase inexistentes suas ações coletivas, apresentando relatos individualistas e de competição entre eles, tornando assim débil o capital social na microrregião, sendo este um dos obstáculos para o desenvolvimento do turismo no território.

Palavras-chave: Desenvolvimento Territorial. Turismo. Capital Social. Confiança.

ABSTRACT

Tese de Doutorado
Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural
Universidade Federal de Santa Maria

TOURISM AND TERRITORIAL DEVELOPMENT IN QUARTA COLÔNIA - RS - BR: AN APPROACH FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL CAPITAL

AUTORA: Adriana Pisoni da Silva

ORIENTADOR: José Marcos Froehlich

Data e local da defesa: Santa Maria, 29 de agosto de 2014

This thesis has as its central theme tourism and territorial development in the perspective of social capital, in order to analyze the extent to which obstacles to realizing the potential and the consolidation of tourism in the territory covering the Quarta Colônia, RS, Brazil, are related to the notion of social capital. The specific objectives are: to present a brief profile of some of the enterprises and entrepreneurs that cater to tourist services in order to gather information about the origin of the enterprises, the main products offered on the public that frequents such establishments and their strategies disclosure; investigate what is the vision of the actors who are involved with tourism in Cologne on Wednesday this activity in order to identify whether and how to establish forms of joint and collective action; identify recurrence or not the bonds of trust, cooperation and collective action between the actors involved in tourism in the Quarta Colônia; investigate whether and how information, communication actions and training are established and shared among the stakeholders involved with tourism in the Quarta Colônia. The theoretical framework used to aid in this understanding is based mainly on the notions: a) territorial development, b) local clusters, c) social capital and d) tourism and tourism system. As theoretical operational categories for understanding the productive organization of tourism at micro Fourth of Cologne and the formation of social capital brings up the relations of trust, cooperation and collective action, market strategies, actions, information, communication, innovation and training. The methodological approach taken to this research is the case study, with the analysis locus shaft Santa Maria – Quarta Colônia/ RS/Brasil, with the time frame the last decades from 1995 (founding of the Consortium for Sustainable Development Region's Quarta Colônia). The field research, contemplating the steps of observations and a questionnaire with visitors and semi-structured interviews with local stakeholders, was held from 2010 to 2014 As a result, we verified the interactions between local actors representative of the business sector, governments municipal and third sector representatives analyzing the actions of the same with respect to operational categories previously and already put its business in the tourism system microregion. It is inferred that are fragile relations between the actors, almost non-existent collective action, we identified reports individualistic and competition between them, thus making it weak social capital in the micro being one of the obstacles to the development of tourism in the territory.

Keywords: Territorial Development. Tourism. Social Capital. Confidence.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Empresas e trabalhadores do setor de turismo no Estado do Rio Grande do Sul e Corede Central.....	28
Tabela 2 - Lista dos entrevistados para a coleta de dados da pesquisa de campo	75
Tabela 3 - Número de habitantes dos municípios da Quarta Colônia/RS	79
Tabela 4 - Quantidade de atrativos, serviços e equipamentos turísticos inventariados nos municípios da Quarta Colônia/RS/Brasil.	87
Tabela 5 - Nomenclatura dos atrativos turísticos inventariados nos municípios da Quarta Colônia	88
Tabela 6 - O perfil das empresas do setor de serviços turísticos da Quarta Colônia, RS, no período de novembro de 2013 a abril 2014	96
Tabela 7 - O perfil do sócio fundador principal das empresas do setor de serviços turísticos da Quarta Colônia, RS, no período de novembro de 2013 a abril 2014.....	97
Tabela 8 - Levantamento do total de pessoal e forma de contratação dos que atuam nas empresas do setor de serviços turísticos da Quarta Colônia, RS, no período de novembro de 2013 a abril 2014.	98
Tabela 9 - Município de origem dos visitantes da Quarta Colônia nas festividades.....	109
Tabela 10 - Estados de origem dos visitantes da Quarta Colônia nas festividades regionais.	110
Tabela 11 - Conceito do grau de confiança dos empresários por categorias e instituições....	125

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação do Sistema de Turismo – SISTUR.....	64
Figura 2 - Modelo de Leiper	66
Figura 3 - Modelo de Hall	67
Figura 4 - O comportamento do consumidor	68
Figura 5 - Festa da Abórrora em Ivora	73
Figura 6 - Festival de Inverno de Vale Vêneto	72
Figura 7 - Projeção dos autores da proposição do APL de Turismo da Quarta Colônia - Eixo Santa Maria - Quarta Colônia.....	74
Figura 8 - Mapa do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil e os municípios que compõem a Quarta Colônia.....	80
Figura 9 - Trilha do Cerro Comprido	83
Figura 10 - Vista do Morro Agudo – Agudo	83
Figura 11 - Vista panorâmica do Morro Agudo	83
Figura 12- Vista da rampa de Paraglaider - Agudo.....	83
Figura 13 - Cascata Radatz – Agudo	83
Figura 14 - Escadaria de acesso a Cascata Radatz	83
Figura 15 - acesso ao Morro da Cruz, Dona Francisca	84
Figura 16 - vista parcial do Rio Jacuí, Dona Francisca	84
Figura 17 - Vista do Monte Grappa, Ivorá	85
Figura 18 - Quedas d'água no interior de Ivorá	85
Figura 19 - Ermida de São Pio de Pietrelcina.....	85
Figura 20 - Vista da torre da Igreja São Marcos	85
Figura 21 - Vista parcial da exposição do Museu Fragmentos do Tempo, Novo Treviso - Faxinal do Soturno	86
Figura 22 - Vista parcial da exposição do Museu Fragmentos do Tempo, Novo Treviso - Faxinal do Soturno	86

Figura 23 - Igreja Santo Antônio de Pádua - Silveira Martins	86
Figura 24 - Vista parcial do Moinho Moro - Silveira Martins.....	86
Figura 25 - Placa de sinalização da Rota Turística Santa Maria – Silveira Martins	94
Figura 26 - Vista da parte interna de restaurante	94
Figura 27 - Loja de artesanato e produtos coloniais , anexo ao restaurante	94
Figura 28 - Vista da paisagem de Val de Buia, ao fundo o monumento ao Imigrante Italiano - Silveira Martins	94
Figura 29 - Raio de influência dos centros turísticos	110

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADESM	Agência de Desenvolvimento de Santa Maria
AHTURR	Associação de Hotéis, Restaurantes, Agências de Viagem e Turismo de Santa Maria
APL	Arranjo Produtivo Local
CEPAL	Comissão Econômica para América Latina e o Caribe
SIM	Serviço de Inspeção Municipal
CISPOA	Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal
CONDESUS	Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia
COREDE	Conselho de Desenvolvimento Regional
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
FEE	Fundação de Economia e Estatística
IDESTUR	Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PMEs	Pequenas e Médias Empresas
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
QIMCS	Questionário Integrado para Medir Capital Social
SECOHTUR	Sindicato dos Trabalhadores do Comércio Hoteleiro, de Turismo e Hospitalidade de Santa Maria
CACISM	Câmara de Indústria e Comércio de Santa Maria
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas
EMATER	Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural
SESI	Serviço Social da Indústria
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESC	Serviço Social do Comércio
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SISTUR	Sistema de Turismo
SLP	Sistemas Locais de Produção

UDES	Unidade Descentralizada de Silveira Martins
UFMA	Universidade Federal de Santa Maria
UNIFRA	Centro Universitário Franciscano

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 - Quadro dos Roteiros Integrados de Turismo Rural, Cultural e Ecológico implantados pelo PRODESUS Quarta Colônia, período de 2002.....	162
Anexo 2 - Lista dos roteiros e caminhadas comercializados pela Agência de Turismo Na Trilha	164
Anexo 3 - Tabelas da tabulação original dos dados coletados dos 133 visitantes nas Festividades pesquisadas	165

LISTA DE APENDICES

Apêndice 1 - Modelo do questionário a ser aplicado junto aos turistas/visitantes	154
Apêndice 2 - Roteiro para a entrevista com os gestores das entidades e associações	156
Apêndice 3 - Roteiro para as entrevistas com os gestores públicos municipais.....	157
Apêndice 4 - Modelo do questionário aplicado com os empresários	158
Apêndice 5 - Dados originais das notas atribuídas ao grau de confiança dos empresários entrevistados com relação aos atributos e instituições	160

SUMÁRIO

CAPITULO I	18
INTRODUÇÃO	18
1.1 Situando o tema da pesquisa.....	18
1.2 Delimitação da problemática da pesquisa	24
1.3 Problema de pesquisa	30
1.4 Objetivos.....	31
1.4.1 Geral	31
1.4.2 Objetivos específicos:.....	31
1.5 Justificativa.....	32
1.6 Estrutura da tese	33
CAPITULO 2	35
BREVE SÍNTESE SOBRE A NOÇÃO DE DESENVOLVIMENTO	35
2.1 Do desenvolvimentismo a concepções atuais de desenvolvimento.....	35
2.2 A dimensão territorial do desenvolvimento.....	43
2.3 Redes e Arranjos Produtivos Locais.....	46
2.4 Capital Social.....	51
CAPITULO 3	54
TURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	54
3.1 Turismo no meio rural	57
3.2 Sistemas e modelos de interpretação do turismo.....	62
CAPITULO 4	70
PERCURSO METODOLÓGICO	70
4.1 O enfoque metodológico – a pesquisa quanti-qualitativa.....	70
4.2 Procedimentos metodológicos.....	71
4.3 Delimitação empírica: a Quarta Colônia	77
4.3.1 Breve histórico da microrregião	77
4.3.2 Aspectos geográficos e populacionais	78
4.3.3 Principais atividades econômicas	81
4.3.4 Principais atrativos turísticos.....	82
4.3.5 Aspectos gerais da governança regional: consórcio, fóruns e associações.....	90
CAPITULO 5	95
OS ATORES DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA QUARTA COLONIA E A DIMENSÃO DO CAPITAL SOCIAL	95

5.1 Perfil e visão de alguns empresários da Quarta Colônia	95
5.2 A percepção dos atores sobre o desenvolvimento do turismo.....	101
5.3 Período anual de maior visitação e perfil dos visitantes.....	106
5.4 A fragilidade no campo da informação, comunicação e divulgação.....	112
5.5 Ações de capacitação para os atores e seus colaboradores.....	114
5.6 Inovação nos processos, nos produtos e na infraestrutura.....	117
5.7 As relações entre Santa Maria e Quarta Colônia.....	118
5.8 A falta de confiança, cooperação e ação coletiva entre os atores.....	121
5.9 Dificuldades na formação de redes e grupos entre os atores.....	128
5.10 Sessão de Alento – Nem tudo está perdido!	134
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	138
REFERÊNCIAS	142
APÊNDICES	153
ANEXOS	161

CAPITULO I

INTRODUÇÃO

1.1 Situando o tema da pesquisa

No âmbito das políticas públicas, nos últimos anos, os gestores têm incorporado o enfoque do desenvolvimento territorial de maneira a integrar os recortes espaciais para construir alternativas de forma coletiva. No Brasil, o Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) toma a abordagem territorial como eixo central e o foco de sua atuação:

A meta fundamental do desenvolvimento sustentável dos territórios rurais é estimular e favorecer a coesão social e territorial das regiões do país onde ela é empregada como harmonizadora do processo de ordenamento (regulação descendente), e de desenvolvimento (reação ascendente), das sociedades nacionais [...] (BRASIL, 2003).

A coesão territorial é interpretada como expressão de espaços, recursos, sociedades e instituições imersas em regiões, nações ou espaços supranacionais, que os definem como entidade cultural, política e socialmente integradas, indicando a identidade do território que se expressa na cooperação, na solidariedade, na corresponsabilidade, no sentimento de pertencimento e na inclusão social. Seguindo esta concepção, o Estado apresenta, como estratégia de desenvolvimento rural, a política territorial, a qual promove mecanismos que conduzam à elaboração de projetos, reunindo os atores privados, os gestores públicos locais e os representantes do setor associativo. Sendo assim, é fundamental oferecer recursos intelectuais e capacitações que permitam aos atores habilidades para esse desafio e possam ter autoria na elaboração de propostas de conteúdo inovador (BRASIL, 2003).

Favareto (2006) defende a abordagem territorial tanto como uma categoria empírica, quanto como uma visão cognitiva, formulada para dar conta da dinâmica derivada desta nova situação, demonstrando que tal abordagem implica, sobretudo, o dimensionamento de uma escala específica de processos de desenvolvimento, onde, ao invés de uma análise dicotômica do urbano e do rural, torna-se necessário um enfoque relacional, que envolva os dois polos a partir do entendimento de suas relações de oposição e de complementaridade.

No campo da complementaridade da interpretação da abordagem territorial, onde o território é resultado das relações sociais, dos hábitos e costumes das sociedades e do seu espaço geográfico, traz-se a concepção da ruralidade, dada como um valor ao qual o mundo contemporâneo atribui crescente importância, por seu significado na preservação da biodiversidade, no fortalecimento das manifestações culturais variadas e por um estilo de vida que os habitantes de grandes centros urbanos valorizam cada vez mais. Abramovay (2003) destaca como fundamento da ruralidade a relação do meio rural com a natureza, onde a biodiversidade e a paisagem natural aparecem como trunfo e não como obstáculo ao desenvolvimento. Aponta também para a relação do meio rural com as cidades, de onde tem vindo parte crescente das rendas das populações rurais; e por fim, destaca a relação dos habitantes entre si, a qual é definida por um conjunto de laços sociais que valorizam relações diretas de interconhecimento.

Favareto (2006) afirma que, na base do que se convencionou chamar por “nova ruralidade”, há um deslizamento no conteúdo social e na qualidade da articulação das suas três dimensões definidoras fundamentais: a proximidade com a natureza, os laços interpessoais e as relações rural-urbano. A relação entre sociedade e natureza, que encerra um primeiro traço distintivo da ruralidade, é objeto de um deslocamento onde as formas de uso social dos recursos naturais passam da produção de bens primários a uma multiplicidade de possibilidades, onde se destacam aquelas relativas à valorização e aproveitamento das amenidades naturais, à conservação da biodiversidade e à utilização de fontes renováveis de energia.

As relações de proximidade, segundo traço distintivo da ruralidade, também são alvo de um deslocamento. Para Favareto (2006), a relativa homogeneidade que marcava as comunidades rurais dá lugar a uma crescente heterogeneização e um espaçamento dos laços de solidariedade, que eram a marca da anterior interpretação da ruralidade. A relação com as cidades, último traço distintivo, deixa de basear-se na exportação de produtos primários para dar origem a tramas territoriais complexas e multifacetadas, com diferentes mecanismos de composição entre os dois polos, agora baseados em novas formas de integração entre os mercados de trabalho, de produtos físicos e serviços e também de bens simbólicos. De exportadores de recursos, como bens materiais e trabalho, os territórios rurais passam a ser atrativo de novas populações e de rendas urbanas, surgindo um leque de atividades não agrícolas nos territórios consolidando o que se tornou conhecido como multifuncionalidade e pluriatividade. Dentre as atividades rurais não agrícolas, a atividade turística foi gradativamente ganhando destaque nos territórios rurais.

O turismo é um dos fenômenos socioeconômicos emblemáticos da atualidade, sendo que a sua importância é creditada ao impacto que exerce na vida das pessoas, tanto dos turistas quanto dos moradores dos destinos turísticos e nos seus locais de vivência. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003) considera dinâmica a atividade turística, envolvendo aspectos físicos e ambientais capazes de influenciar diretamente as condições de saúde, a qualidade de vida e a segurança dos visitantes e, em especial, das comunidades receptoras. No cenário do turismo internacional, a OMT pontua a recuperação contínua do fluxo turístico internacional, apesar dos problemas econômicos enfrentados por diversos países, os conflitos no Oriente Médio e no Norte da África, os acidentes naturais a exemplos dos ocorridos no Japão e a erupção vulcânica no Chile, interrompendo várias vezes o tráfego aéreo, inibindo o fluxo turístico a tais destinos. No território brasileiro, o número de chegadas internacionais no ano de 2010 foi de 5.161.379 turistas internacionais e, no ano de 2011, foi de 5.433.354 de turistas internacionais respondendo a um aumento de 5,27% ao ano (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2012).

A atividade turística, de natureza do setor de serviços, destaca-se tanto em sua dimensão econômica quanto como fenômeno social e cultural (KRIPPENDORF, 1989; URRY, 1999). Há diversas e divergentes formas de interpretação do fenômeno turístico; contextualizado o turismo enquanto atividade que atende as massas, a relação entre o turismo e a modernidade está expressa na produção e no consumo de lugares, caracterizado como uma atividade capitalista de enriquecimento privado através da venda e consumo do lugar e em vários casos, do cotidiano, pela apropriação das paisagens e do viver/fazer das comunidades locais (URRY, 1999). O turismo produz um território para ser vendido e consumido e, para tanto, o lugar turístico passa a ter uma nova feição, com instalação de equipamentos de lazer e de infraestrutura turística e de apoio, com a expansão do comércio local e o consequente aquecimento da economia.

Avançando para a lógica do consumo pós-moderno, há a promoção da segmentação do turismo, mais flexível, mercantilizado, correspondendo, na cultura, à estetização contemporânea do consumo. Tem-se, então, uma grande variedade de produtos turísticos inseridos nos mais diversos segmentos turísticos, entre os quais destacamos o turismo rural, o agroturismo, o ecoturismo, o turismo de aventura, ofertado para diferenciar-se do suposto e 'superado' consumo de massa (FROEHLICH, 2002). Outra perspectiva é o turismo de base local, sendo aquele que privilegia o acolhimento do visitante no ambiente vivencial do nativo, incluindo a comunidade como partícipe do processo de desenvolvimento, distante do turismo massificador e excludente, que tem, de um lado, os turistas e, do outro, os moradores.

O saber turístico conduz a ideais, a uma ética de responsabilidade e, trazendo-o para o pensamento complexo¹ defendido por Morin (2002), permite ao pesquisador apropriar-se globalmente do fenômeno turístico, agregando-lhe novos significados e novas correlações teóricas, considerando as suas contínuas mudanças contextuais. O turismo é um fenômeno social com base cultural, histórica, ambiental, econômica, do qual o ato do acolhimento e da hospitalidade² pauta as trocas simbólicas na relação entre visitante e visitado.

A pesquisa sobre o turismo na perspectiva do desenvolvimento territorial vem ganhando destaque no contexto nacional e internacional nos recentes anos. A presente tese constitui-se a partir de dois alicerces que, com o decorrer das reflexões, deverão dar conta da problemática de pesquisa. O primeiro alicerce refere-se aos pressupostos teóricos dos conceitos chave: **Desenvolvimento Territorial, Capital Social, Arranjos Produtivos Locais, Turismo e Sistema Turístico**. O segundo alicerce consiste nos pressupostos empíricos sobre a região da Quarta Colônia, adquiridos a partir de observação livre no decorrer da pesquisa de campo e na vida acadêmica e profissional da autora, e também a partir de pesquisas anteriores que abordam, em parte, o contexto no qual se identificou o fenômeno a ser analisado. Para tanto, traz-se como categorias operacionais que auxiliam na interpretação os pressupostos teóricos, a compreensão da atual organização produtiva do turismo regional, por meio da interpretação da articulação política institucional do território, das relações de **confiança, cooperação e ação coletiva**, das **estratégias de mercado** e das ações de **informação, comunicação, inovação e capacitação** que dinamizam a pressuposta rede.

Para a abordagem dos pressupostos teóricos sobre turismo e sistema turístico, busca-se a tese elaborada por Beni (1998), tendo por mérito a construção do modelo referencial para a

¹ Para Morin, “*A complexidade não é chave do mundo, mas o desafio a enfrentar, o pensamento complexo não é o que evita ou suprime o desafio, mas o que ajuda a revelá-lo e, por vezes, mesmo a ultrapassá-lo*” (1990, prefácio). A complexidade pressupõe a integração e o caráter multidimensional de qualquer realidade. Morin entende que “[...] *não podemos nunca escapar à incerteza [...] Estamos condenados ao pensamento inseguro, a um pensamento crivado de buracos, um pensamento que não tem nenhum fundamento absoluto de certeza*” (1990, p. 100)

² Para Boff (2005), a hospitalidade é utópica e prática, integra o sonho e a realidade em suas margens. Ou, como ele mesmo diz: a hospitalidade é, antes de tudo, uma disposição da alma, aberta e irrestrita. Ela, como o amor incondicional, em princípio, não rejeita nem discrimina a ninguém. É, simultaneamente, uma utopia e uma prática. Como utopia, representa um dos anseios mais caros da história humana: de ser sempre acolhido, pendente da condição social e moral e de ser tratado humanamente. Como prática, cria as políticas que viabilizam e ordenam a acolhida. Acolher significa aceitar sem preconceitos e jovialmente o outro como outro, em sua diferença. O autor reflete que se vive, hoje, uma situação irreversível: todos estão embarcados na mesma nave espacial, a Terra. Deve-se conviver com tolerância, quer queiramos ou não. Como outrora, não há espaço no qual alguém poderia refugiar-se para não ter que conviver com quem não queria, torna-se impossível um país fechar-se totalmente sobre si mesmo sem relações com os demais, até porque a globalização torna tal propósito absolutamente inviável.

análise sistêmica do turismo denominado SISTUR, por entendermos que tal interpretação do turismo dialoga com a visão sistêmica de uma análise em rede. Para Beni (1998), o modelo é uma representação do sistema de turismo, constituindo-se numa abstração para facilitar a compreensão e a análise do sistema; é utilizado porque permite a análise de causa e efeito entre os seus elementos para conclusões de maior precisão e ainda pela impossibilidade de abranger a complexa totalidade das características e aspectos do fenômeno turístico. O SISTUR é construído na inter-relação e na complexidade inerente aos seus três grandes conjuntos: 1) Conjunto das Relações Ambientais; 2) Conjunto da Organização Estrutural; e 3) Conjunto das Ações Operacionais.

As reflexões teóricas contemporâneas sobre o desenvolvimento rural avançam na análise e perspectivas das atividades rurais não agrícolas para os territórios, porque há o entendimento de que se fazem necessárias alternativas ao modelo de desenvolvimento urbano-industrial, o qual entendia o rural como sinônimo de agrícola (GRAZIANO DA SILVA, 1997). No campo de pesquisa da Extensão Rural, área multidisciplinar, é recorrente a análise do turismo como uma atividade não agrícola; assim, esta tese contempla o turismo como uma estratégia potencialmente dinamizadora do desenvolvimento territorial, neste caso, aplicado à microrregião da Quarta Colônia/RS.

A noção de complexidade inerente às discussões sobre a visão sistêmica do turismo demarca as suas dimensões, visto que devem contemplar as questões econômicas, ambientais e sociais das populações locais. Em países emergentes, o tratamento dado à sustentabilidade, à ruralidade e à pequena propriedade agrícola ainda carece de uma política integrada e de responsabilidade sistêmica, porque há limitações nas ações elaboradas em direção ao planejamento do turismo como alternativa para o desenvolvimento do meio rural.

As relações entre turistas e moradores concretizam-se no destino, no território turístico. O valor de uso do território no turismo é expresso principalmente nos arranjos territoriais compostos, especialmente, por prestadores de serviços com o uso de uma infraestrutura própria, onde a relação de troca pode ser expressa pela satisfação do turista *versus* a prestação de serviço no campo da hospedagem, da alimentação, do entretenimento, das compras e do lazer em geral.

O Estado intervém nos territórios como um agente social de mudança, instituindo políticas públicas em prol da qualidade de vida da população, contemplando o âmbito econômico, político, cultural, social e/ou ambiental. Na esfera do desenvolvimento rural, pode-se dar como exemplo as políticas públicas do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), focando o “Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar” (2003), o

qual promove a atividade turística no meio rural aliada à agricultura familiar, enquanto forma de agregar renda à família e valorizar a cultura local. Outro exemplo é o Programa Nacional de Estruturação dos Segmentos Turísticos, do Ministério do Turismo (2010), que inclui o turismo rural, referenciado no Plano Nacional de Turismo como um dos segmentos indutores do desenvolvimento do meio rural no país.

Nas últimas décadas, há uma nova configuração na ocupação do meio rural, avançando para além da produção agropecuária, onde estratégias de desenvolvimento estão associadas também à conservação ambiental e paisagística das regiões interioranas, além da capacidade de organização, fazendo destes atributos as bases de geração de trabalho e renda. O Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural (IDESTUR, 2011) reconhece que a atividade turística no espaço rural brasileiro começou a se fortalecer, especialmente nos últimos 30 anos, adjetivando-a de turismo rural, turismo de interior, turismo alternativo, turismo verde e turismo de campo.

Foi no município de Lages, em Santa Catarina, na década de oitenta do sec. XX, onde ocorreu o registro dos primeiros empreendimentos turísticos em territórios rurais no Brasil (GRAZIANO DA SILVA, et. al. 1998). Os proprietários rurais organizaram-se em grupos associativos, apostando no turismo como uma alternativa capaz de amenizar as dificuldades financeiras enfrentadas na região, dando origem ao título de “Capital Nacional do Turismo Rural” e, a oferta expandiu-se com a participação de diversos empreendimentos que ampliaram a oferta inicial. No final dos anos oitenta, em São Paulo, na região de Mococa, divisa com Minas Gerais, um grupo de fazendeiros aproveitou o interesse pelo turismo rural para mostrar seu patrimônio histórico, materializado em casas de pau a pique, construídas pelos seus antepassados, onde os visitantes podem percorrer quinze fazendas, com a possibilidade de atividades de cavalgadas, hospedagem e gastronomia típica (JUNIOR 1997 apud GRAZIANO DA SILVA, 1998).

No Rio Grande do Sul, foi em 1993 que o turismo no espaço rural passou a ser desenvolvido em Lavras do Sul, primando pela preservação de suas tradições culturais (EMBRATUR 1994 apud GRAZIANO DA SILVA, 1998). O governo estadual adotou uma política de desenvolvimento e fomento do turismo no espaço rural, apoiando a atividade e criando rotas rurais com o objetivo de reunir propriedades e municípios próximos um do outro pela valorização do produto local (por exemplo, a região da Uva e Vinho) ou de uma característica marcante (por exemplo, a colonização italiana) e apoiando o surgimento das “fazendas-pousadas”, na região pecuarista da campanha gaúcha. Os municípios e regiões que aderiram à atividade necessitam do auxílio do Estado, por meio de políticas públicas que

fomentem a atividade do turismo como uma estratégia de desenvolvimento, sendo que algumas regiões alcançam um nível de desenvolvimento elevado em relação a outras, fazendo-nos refletir sobre a razão de tais circunstâncias, mesmo sendo reconhecido o posicionamento favorável junto à região metropolitana.

1.2 Delimitação da problemática da pesquisa

O Plano de Desenvolvimento do Turismo do Rio Grande do Sul 2012-2015 indica a perspectiva do turismo, agregado às suas produções associadas, como uma atividade que contribui para minimizar as desigualdades socioeconômicas identificadas no Estado. Tratando-se da Região Central do Estado, tais desigualdades são percebidas também por meio das avaliações estatísticas segundo a FEE (Fundação de Economia e Estatística), as quais apresentam o PIB³ (Produto Interno Bruto) desta região deficitário, de acordo com a realidade da Metade Sul do Estado. A fim de reverter tal situação, na perspectiva do desenvolvimento territorial do turismo enquanto uma atividade não agrícola, os atores locais, representativos do setor público, privado e sociedade civil organizada, propuseram, ao longo das últimas décadas, uma série de iniciativas em busca do desenvolvimento da região.

Assim, atentos ao cenário do turismo na Região Central do Estado do Rio Grande do Sul, optamos como recorte empírico de análise desta pesquisa o território rural que abarca a microrregião da Quarta Colônia⁴, traçando o eixo de conexão Santa Maria – Quarta Colônia, instigados a analisar a solidez da perspectiva do turismo enquanto uma estratégia de desenvolvimento para tal território.

Com o intuito de historiar brevemente este cenário de ações já ocorridas, pontuaremos tais iniciativas, algumas delas com o propósito centrado no desenvolvimento do turismo e outras que contemplaram a temática do turismo como parte integrante nas suas propostas. Um dos primeiros atos foi o Projeto Identidade desenvolvido em Silveira Martins-RS, no início da década de 1990, que perdurou até 1996, durante os governos municipais de Cleomar Balen e

³ População Total da Região Central (2011): 392.873 habitantes / PIB (2010): R\$ mil 6.545.835 / PIB per capita (2010): R\$ 16.713

⁴ A microrregião da Quarta Colônia está situada no centro do Rio Grande do Sul e é formada por nove municípios, considerando a delimitação feita pelo Consórcio de Desenvolvimento Sustentável (CONDESUS) da Quarta Colônia, contemplando os municípios de Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Restinga Sêca, Silveira Martins, São João do Polêsine e Pinhal Grande.

Carlos Alberto Brandão. O projeto correspondia a uma abordagem e implementação de política cultural, da qual se destacam algumas de suas ações: os Filós Culturais, Fóruns de Cultura da 4ª Colônia, Inventário do Patrimônio Edificado de Silveira Martins, Identificação das Fontes Históricas de Silveira Martins, Estudos Arqueológicos e demarcação do Cemitério de Val de Buia, entre outras.

Concomitante à finalização do Projeto Identidade, é institucionalizado o CONDESUS (Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia) no ano de 1995, formado pelos nove municípios antes citados. O Consórcio apresenta, na sequência, o Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (PRODESUS), ocorrido entre 1996 e 1998, o qual recebeu recursos do Banco Mundial através do Programa Nacional do Meio Ambiente (PNMA) do Ministério do Meio Ambiente para áreas adjudicadas de ‘Reservas da Biosfera’, em convênio com o Governo do Estado do RS, via Projeto de Execução Descentralizada (PED-RS). De acordo com Froehlich (2002), este projeto envolveu um farto e diverso conjunto de ações, realizou atividades que abrangeram desde a formação em educação ambiental e patrimonial, o resgate da memória cultural dos imigrantes italianos, até a tentativa de reconversão produtiva para uma agricultura ‘ecológica’ ou ‘sustentável’, passando pela discussão e implementação do turismo rural, cultural e ecológico na região.

O CONDESUS – Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia - elaborou e apresentou o PRODESUS aos órgãos avaliadores, valendo-se da oportunidade de financiamento a fundo perdido de projetos que tivessem como foco a questão ambiental e o ‘desenvolvimento sustentável’ e tendo a reconhecida ‘Reserva da Biosfera’ da Mata Atlântica em significativas parcelas do território constituído pelos municípios da Quarta Colônia, obtendo assim a aprovação da proposta. O projeto precisou demonstrar a capacidade de concertamento e de ação autônoma por parte dos atores regionais/locais – no caso, os municípios e seus parceiros: UFSM, EMATER, etc., a fim de cumprir um requisito para desatar o processo da experiência e sua consecução, até mesmo porque se estabeleceram relações de competência e competição (com outros projetos de outros territórios) para mobilizar e atrair os recursos necessários. E, para além das esferas institucionais, este concertamento envolveu também parte da sociedade civil organizada, como algumas associações de agricultores, escolas, círculos de pais e mestres e organizações não governamentais (FROEHLICH, 2002).

No ano de 2002, surge o Projeto de Turismo Integrado da Quarta Colônia como uma proposta de desenvolvimento sustentável do turismo e, para a sua execução, o consórcio firmou um convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

(SEBRAE). Froehlich (2007) relata que, no eixo do turismo, teriam sido desenvolvidas ações pontuais, porém básicas para a animação da região a partir da afirmação das suas potencialidades culturais e ambientais, sendo criados, demarcados, sinalizados e divulgados, com folhetaria específica, 18 roteiros (dois em cada município do CONDESUS), que buscaram integrar a região dentro de suas mais marcantes características e ampliar o seu fluxo turístico (ver anexo 1).

Outra iniciativa a salientar é a fundação da Associação da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria - Silveira Martins, no ano de 2008, com o intuito de valorizar e evidenciar os estabelecimentos gastronômicos que estão situados neste percurso, contemplando também os atrativos turísticos que fazem parte do trajeto. Atualmente, a rota está passando por um processo de reorganização junto aos seus pares associados e de demarcação dos atrativos turísticos que tenham acessibilidade aos visitantes, especialmente aos finais de semana.

Destacamos também que a temática de Turismo e Lazer foi uma das que emergiu como o quinto bloco de importância no ranque do Planejamento Estratégico do COREDE Central, no ano de 2010, considerando as empresas que representam o próprio setor, aliados à produção primária e à produção artístico-cultural, agregando-se a isso as riquezas naturais e culturais da região.

[...] as atividades do bloco congregam 2.728 empregos diretos e mobilizam 473 estabelecimentos. Mas isto não é tudo. Há que se ver, ainda, que parcela expressiva do bloco agroalimentar está vinculado diretamente [...] ou indiretamente [...] ao segmento turístico. Além disso, os 2 principais serviços públicos básicos, saúde e educação são responsáveis por uma percentagem particularmente elevada do emprego regional e atraem uma parcela não desprezível de visitantes e de “turistas permanentes” para a região. [...]. Estes serviços públicos básicos são funcionais para a atração de um tipo particular de “turista”, que não busca um lazer de férias, mas um novo padrão e qualidade de vida (COREDE, 2010, p. 125).

Há avanços no setor turístico da Região Central do Estado evidenciados por meio da visibilidade política conquistada pela região em sua atuação nos fóruns e instâncias de reflexão sobre o turismo, a qual vem se posicionando a partir de propostas de políticas de turismo alinhadas às premissas estaduais e nacionais desta atividade. A participação do *trade* turístico da região em ações pontuais de qualificação e promoção turística também são evidentes, como, por exemplo, a sua presença no Programa Qualifica Brasil em 2009 e 2010, e, nos cinco últimos anos consecutivos, no Festival Internacional de Turismo de Gramado.

Por fim, um dos últimos projetos que denotam uma iniciativa relevante em prol do desenvolvimento do turismo na região foi a proposta de constituição de um APL de Turismo,

no decorrer do ano de 2013. O grupo gestor que coordenou esta iniciativa foi constituído pelo Fórum Regional de Turismo da Região Central, Secretaria de Município de Turismo de Santa Maria, Agência de Desenvolvimento de Santa Maria (ADESM), Curso de Turismo do Centro Universitário Franciscano, Curso de Turismo da UDESSM/UFSM, Associação de Hotéis, Restaurantes, Agências de Viagem e Turismo (AHTURR), entre outros. Foi elaborada uma proposta para concorrer ao Edital de APL nº 01/2013 da Secretaria de Desenvolvimento e Promoção do Investimento do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. A Entidade Gestora do APL indicada na proposta foi a AHTURR, a qual atua há mais de 20 anos na região. A proposta apresentada para concorrer ao edital não foi aprovada, todavia, o grupo gestor continua com reuniões sistemáticas, agora, coordenadas pela ADESM, com o intuito de buscar o reconhecimento do APL de Turismo da Região Central junto ao Governo Estadual.

O território proposto para o APL de Turismo, no edital em questão, contemplava os municípios do COREDE Central (Agudo, Dilermando de Aguiar, São João do Polêsine, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Itaara, Ivorá, Jari, Julio de Castilhos, Nova Palma, Pinhal Grande, Quevedos, Santa Maria, São Martinho da Serra, São Pedro do Sul, Silveira Martins, Toropi, Tupanciretã), do COREDE Vale do Jaguari (Cacequi, Capão do Cipó, Jaguari, Mata, Nova Esperança, São Francisco de Assis, Santiago, São Vicente, Unistalda) e COREDE Jacuí-Centro (Restinga Seca) totalizando 28 municípios. Portanto, todos os municípios da Quarta Colônia, na qual várias iniciativas de promoção do turismo já ocorreram, estavam contemplados no projeto do APL de turismo.

A Região Central é caracterizada por ser um polo de prestação de serviços⁵, onde o turismo e outras atividades afins representam aproximadamente 5% deste setor, que, ao todo, é responsável por 60,6% da economia regional. Conforme estudos da Agência de Desenvolvimento de Santa Maria – ADESM (2013), desde 1940, o setor de serviços é o principal representante na economia de Santa Maria, município polo da região, que atende a demanda regional de consumo. O setor do turismo é caracterizado por empresas de médio e pequeno porte e por micro empresas, composto especialmente pela hotelaria, transportadoras, organizadoras de eventos e equipamentos de alimentação. De acordo com o Grupo Gestor do APL de Turismo (2013), a região conta com mais de 2.000 empregos diretos gerados nas empresas participantes do APL proposto.

Em comparação ao Estado do Rio Grande do Sul, o setor de turismo da Região Central tem baixa representatividade, conforme dados apresentados na Tabela 1.

⁵ Fonte FEE: AGROPECUÁRIA: 19,8% (1.569.256) / INDÚSTRIA: 12,8% (1.018.958) / **COMÉRCIO-SERVÍCIOS: 60,6%** (4.798.221) / IMPOSTOS: 6,77% (536.249)

Tabela 1 - Empresas e trabalhadores do setor de turismo no Estado do Rio Grande do Sul e Corede Central

EMPRESAS	TRABALHADORES	ANO-BASE
Estado RS: 4.317 (1,47% das empresa do RS)	Estado RS: 28.381 (0,97% dos trabalhadores do RS)	2011
Região: 473 (aproximadamente 11%)	Região: 2.728 (aproximadamente 10%)	2010

Fonte: Planejamento Estratégico do COREDE Central (2010) e Atividades Características do Turismo no RS – RAIS 2011, Edição, SETUR/RS (2011).

Conforme a comparação entre o estudo do COREDE e o documento da SETUR/RS, intitulado “Atividades Características do Turismo no RS” – Edição 2011, a região representa 5% deste setor, no que diz respeito às suas empresas. Quanto aos postos de trabalho, a região dispõe de 5% em Agências de Viagens, 4% em Meios de Hospedagem, 2% em Transportadoras Turísticas e 2% em Organizadoras de Eventos dentro do universo apurado do Estado.

Entende-se que há receptividade das lideranças locais e regionais, com interesse no desenvolvimento da pesquisa científica do turismo nesta região e na formação de profissionais na área do turismo, tanto pela existência dos cursos em nível superior (Curso de Turismo do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) criado em 1999; Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo da UFSM (*campus* Silveira Martins, criado em 2009), quanto pelas diversas pesquisas em muitos programas de pós-graduação das instituições já citadas e tantas outras do Estado, que têm interesse no desenvolvimento deste cenário regional.

Foram feitos vários estudos que problematizam o turismo na Quarta Colônia, em que muitos apresentam o recorte de apenas um dos nove municípios. Na revisão destes, teve-se como critério a seleção daqueles que têm como propósito uma reflexão acerca da microrregião da Quarta Colônia, contemplando todos os nove municípios. Entre eles, recorre-se à dissertação de Bianchi (2007), denominada “Avaliação de Propostas Públicas Municipais e Regionais no Âmbito do Planejamento Integrado do Turismo Sustentável na Quarta Colônia, RS, Brasil”. A pesquisa feita pela autora teve como objetivo investigar os projetos públicos municipais e regionais, com vistas ao planejamento integrado na área do turismo da Quarta Colônia com a promoção de ações, implementação da Rota Paleontológica, sinalização

turística, criação de roteiros integrados, capacitação dos atores envolvidos e educação patrimonial. Bianchi (2007) questiona sobre os efeitos práticos de tais medidas na opinião da comunidade local e na satisfação dos turistas, porém, seu estudo apresenta apenas três relatos de pessoas da comunidade criticando de forma sucinta e negativa as ações no campo do turismo e, ainda, não contempla a opinião dos visitantes.

Outra referência de pesquisa acadêmica é a dissertação de Nardi (2007), denominada “O Meio Rural da Quarta Colônia de Imigração Italiana como Tema e Cenário Turístico”, a qual apresenta o Sistema Promotor do Turismo (SPT), de Barbosa e Zamboni (2000), para interpretar a estrutura sistêmica da região. Com o intuito de avançar nesta abordagem, tomamos como base a análise sistêmica por meio do SISTUR, de Beni (1998), entendendo que o mesmo avança com a inserção do Conjunto das Relações Ambientais e, ainda, no Conjunto das Relações Operacionais para o detalhamento das relações de mercado, entre oferta e demanda turística, formas de produção, consumo e distribuição. O estudo de Nardi aponta somente o perfil dos visitantes em apenas uma das propriedades de agroturismo, podendo-se avançar com a ampliação de uma amostra para averiguar o perfil além dos interessados pelo agroturismo, subcategoria do turismo no meio rural pouco representativa na região, propondo, assim, a inclusão dos visitantes das festividades de cunho turístico e frequentadores dos empreendimentos gastronômicos, tais como restaurantes e agroindústrias.

Existem outras pesquisas que tomam os municípios da Quarta Colônia como objeto de estudo, pontuando, de alguma forma, a sua intersecção com o turismo, a exemplo da dissertação “Somos da Quarta Colônia: os Sentidos de uma Identidade Territorial em Construção”, de Vendruscolo (2009), que objetivou mapear a teia de significados que sustenta a narrativa sobre a identidade territorial da região, verificando como esta narrativa estabeleceu-se em meio às negociações identitárias e a partir do olhar dos visitantes. A autora conclui que a identidade territorial da Quarta Colônia é uma hibridização, “acionada sob a retórica da multiplicidade étnica, processando-se, contudo, em espaços de fricção interétnica, estando imersa em relações de poder que dirigem a narrativa de forma hegemônica” (VENDRUSCOLO, 2009, p. 199). Tais constatações são de um sentir de pertencimento coletivo, predominando tanto nas reivindicações quanto no imaginário territorial aos vinculados à italianidade. São estudos que contribuem para a construção do palco do Conjunto das Relações Ambientais, aprofundando os aspectos culturais e identitários da região, porque a percepção, o imaginário e o sentir de pertencimento coletivo do lugar constituem eixos estruturantes para a construção da economia da experiência no *locus* objeto da pesquisa.

Por fim, há também um estudo que contempla apenas um dos municípios da região, a dissertação denominada “Rota Turística e Gastronômica Santa Maria – Silveira Martins: o desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia de Imigração Italiana”, de Stecker (2010). O trabalho busca demonstrar a importância da criação da rota e como esta poderia ser vista enquanto exemplo de uso do patrimônio cultural para o desenvolvimento regional. Todavia, a pesquisa restringiu-se a uma descrição das etapas de constituição da rota e da sua sinalização, da promoção e de algumas ações de qualificação, não avançando na problemática da gestão para a consolidação da rota.

Em suma, todas as pesquisas acadêmicas e as iniciativas de projetos até então historiadas, contribuíram com o estudo do turismo na microrregião, atentos as suas especificidades. Contudo, observamos que são recorrentes os retrocessos nas ações de projetos e programas, em especial aquelas que demandaram um trabalho coletivo e a expressão da cooperação entre os diversos atores envolvidos com o turismo na microrregião da Quarta Colônia. Destarte, entendemos que a nossa contribuição dá-se na análise de quais são os motivos que ainda impedem a consolidação do turismo no território, recorrendo a uma abordagem sistêmica, de rede e que privilegia a categoria de capital social como fator que gera confiança, trabalho coletivo e relações de reciprocidades entre os atores locais.

Destacamos a importância de observar o que se desprende da categoria de capital social no desenvolvimento territorial, o qual revela o conhecimento e capacidade dos habitantes locais em serem protagonistas do processo de desenvolvimento. Tal dimensão avança na representatividade da sociedade civil organizada e das relações sociais estabelecidas entre os atores do setor público, privado e do terceiro setor, correspondentes à capacidade de cooperação entre eles, de forma institucionalizada ou voluntária (ALBAGLI; MACIEL, 2004; BAQUERO, 2008).

1.3 Problema de pesquisa

Tendo em vista as recorrentes iniciativas e estudos que, ao longo das últimas décadas, têm se envolvido com a atividade e reconhecido o potencial do turismo na Quarta Colônia, mas que têm encontrado dificuldades em consolidar-se e realizar este suposto potencial, a questão que se coloca é avaliar quais seriam os motivos que geram a dificuldade em avançar no desenvolvimento do turismo neste território?

Toma-se como hipótese nesta tese que as dificuldades em realizar o potencial e fazer avançar e consolidar o desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia decorre da fragilidade do capital social que acarreta dificuldades para cooperação, trabalho em rede e, por conseguinte, sinergia de ações entre os atores envolvidos com este processo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Geral

O objetivo deste estudo é analisar em que medida os obstáculos que dificultam a realização do potencial e a consolidação do turismo no território que abrange a microrregião da Quarta Colônia, RS, Brasil, estão relacionados à noção de capital social.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Apresentar um breve perfil de alguns dos empreendimentos e dos empresários que atendem a oferta de serviços turísticos, a fim de levantar informações sobre a origem dos empreendimentos, os principais produtos ofertados, sobre o público que frequenta tais estabelecimentos e suas estratégias de divulgação;
- Investigar qual é a visão dos atores que estão envolvidos com o turismo na Quarta Colônia, buscando identificar se e como estabelecem formas de articulação em redes e associações e ações coletivas;
- Identificar a recorrência ou não de laços de confiança, relações de cooperação, ações coletivas e inovações estabelecidas entre os atores envolvidos com o turismo na Quarta Colônia;

- Investigar se e como informações, ações de comunicação e de capacitação são estabelecidas e compartilhadas entre os atores envolvidos com o turismo na Quarta Colônia.

1.5 Justificativa

A pesquisa torna-se relevante no momento em que trata da proeminente relação entre o turismo e o desenvolvimento territorial em municípios rurais, considerando a mobilidade do território e a contínua apropriação da lógica da multifuncionalidade do meio rural, onde tais relações são contemporaneamente problematizadas e tornam-se objeto de pesquisas na área científica em que desenvolvemos este estudo. A Quarta Colônia é um território rural privilegiado quanto à preservação da paisagem e das identidades culturais, tornando-se atrativa principalmente para o público regional, gerando um fluxo de turistas, com mais expressividade aos finais de semana, os quais buscam desfrutar das atividades turísticas oferecidas neste cenário rural.

A microrregião apresenta um conjunto de equipamentos e serviços de alimentação, meios de hospedagem e atrativos turísticos, além de uma dezena de agroindústrias caseiras com os produtos coloniais originários da agricultura familiar da região e do Estado do RS. Aparentemente, tal oferta atende a demanda efetiva atual, porém percebemos as limitações na qualidade dos serviços e da atratividade que permita que o visitante permaneça mais tempo na microrregião e encontre um cenário mais diverso de atrações a sua disposição, como, por exemplo, se a comunidade participasse mais com a abertura de novos pequenos empreendimentos na área dos serviços de lazer e entretenimento, atentos a acessibilidade e a agregação de serviços aos atrativos turísticos existentes.

Registramos, anteriormente, as inúmeras iniciativas ocorridas ao longo das últimas décadas, que tiveram o intuito de avançar na perspectiva da consolidação do turismo como um das possíveis estratégias para o desenvolvimento regional, mas muitas destas não alcançaram o sucesso esperado.

Sendo assim, este estudo justifica-se porque é importante saber em que medida a densidade e a falta de capital social tornam-se um obstáculo que dificulta o deslançar do potencial turístico da microrregião da Quarta Colônia, RS, Brasil. Para tanto, adotamos a proposta de uma leitura sistêmica, com base na noção de capital social e da possibilidade de

constituição de um arranjo produtivo local de turismo, categorias estas que nos permitiram identificar a rede de atores da microrregião, destacando alguns deles representativos do setor público, empresários que investem nos equipamentos e serviços turísticos, ao longo das últimas décadas, como forma de complemento e até renda principal familiar.

Por fim, entendemos que, tanto para os pesquisadores envolvidos na investigação, como os atores partícipes e para o Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, a temática qualitativa, sistêmica e que possui como temas centrais Turismo, Desenvolvimento Territorial, Capital Social e Arranjos Produtivos Locais, podem fortalecer a multidisciplinaridade da pesquisa em Extensão Rural e a capacidade de diálogo entre o meio acadêmico e os atores que buscam a promoção de estratégias de desenvolvimento em territórios rurais.

1.6 Estrutura da tese

O trabalho está dividido em cinco capítulos, sendo que o primeiro constitui-se de Introdução, onde se situa o tema da pesquisa, a delimitação da problemática da pesquisa, relata-se brevemente as diversas iniciativas de desenvolvimento do turismo no território rural da Quarta Colônia/RS/BR. Também são expressos os seus objetivos geral e específicos, a justificativa e a presente estrutura da tese.

No segundo capítulo, intitulado Breve Síntese Sobre a Noção de Desenvolvimento, apresentamos as contribuições teóricas acerca do desenvolvimento, partindo da concepção do chamado desenvolvimentismo até as concepções mais atuais, dando ênfase à dimensão territorial do desenvolvimento (ABRAMOVAY, 2001 e 2003; FROEHLICH, 2002; FAVARETO, 2006), a abordagem de redes e arranjos produtivos locais (SPÍNOLA 2003; LASTRES; CASSIOLATO; ARROIO, 2005; TOMAZONI, 2007), e, por fim, a noção de capital social (PUTNAM, 1996; COLEMAN, 1990; FUKUYAMA, 1996; ALBAGLI e MACIEL, 2004).

No terceiro capítulo, denominado Turismo e Desenvolvimento Territorial, o conteúdo comporta o aporte teórico sobre Turismo, apresentando as abordagens de Turismo no Meio Rural, com suas derivações/segmentações e, ainda, apresenta os Sistemas e Modelos de interpretação do turismo (BENI, 1998; MOESCH, 2000; BOULLON, 2002; COOPER, 2007; PANOSSO NETTO, 2005).

No quarto capítulo, descrevemos o Enfoque Metodológico da pesquisa quantitativa e o Percorso Metodológico utilizado para a consecução dos objetivos. Apresentamos também a Delimitação empírica da tese, com a descrição da microrregião da Quarta Colônia, relatando um breve histórico, aspectos geográficos e econômicos, descrição dos principais atrativos turísticos e, ainda, aspectos gerais da governança regional representada pelos consórcios, fóruns e associações da região.

No quinto capítulo, intitulado os Atores do Desenvolvimento do Turismo na Quarta Colônia e a Dimensão do Capital Social, são apresentados os dados e a análise das informações a respeito do perfil de alguns empreendimentos da Quarta Colônia e sobre o perfil dos visitantes e a época de maior visitação. O capítulo contempla também as dimensões Confiança, Cooperação e Ação Coletiva, existência e participação em Redes e Associações, Informação, Comunicação e Capacitação, refletindo sobre as condições e os obstáculos para consolidação do turismo na microrregião, atentos às premissas da noção de capital social e suas possibilidades analíticas.

Por fim, temos as Considerações Finais, retomando especialmente os objetivos, a problemática e os pressupostos que guiaram esta tese, sinalizando os resultados encontrados na abordagem empírica e na intersecção com o aporte teórico construído. Destarte, desprovido de uma obrigação com conclusões definitivas nem com a pretensão de ser a única perspectiva analítica possível da temática em pesquisa.

CAPITULO 2

BREVE SÍNTESE SOBRE A NOÇÃO DE DESENVOLVIMENTO

2.1 Do desenvolvimentismo a concepções atuais de desenvolvimento

A expansão do processo de industrialização na Europa na segunda metade do século XIX desviou a atenção dos economistas para a compreensão da economia de mercado e o tema do desenvolvimento apenas foi retomado como objeto de estudo ainda antes da Segunda Guerra Mundial. Rostow (1960) defende a ideia de que o desenvolvimento compreende a superação de fases, apresentando cinco etapas de crescimento, partindo das sociedades tradicionais até o consumo em massa. Sua teoria dos estágios do crescimento econômico é uma das primeiras teorias de desenvolvimento em sua época, com foco nas aplicações da poupança e da eficiência do investimento. Estas premissas foram aceitas quase na unanimidade, com a crença de que todos os povos buscam maximizar seus bens materiais e sociais.

A concepção de desenvolvimento como ideal atingível, a partir da progressiva superação de fases, constituiu-se como o discurso propagado na segunda metade do século XX. Nesse contexto, o subdesenvolvimento representava uma etapa a ser vencida pelos países, cuja superação os conduziria às benesses da sociedade de consumo tal como estabelecida nas nações ditas desenvolvidas. Segundo seu avanço nessa corrida de obstáculos para o desenvolvimento, um país poderia ser classificado como “desenvolvido”, “subdesenvolvido” ou “em desenvolvimento”, metáfora econômica na qual o Brasil acreditava incluir-se.

A categoria de subdesenvolvimento é definida como a precariedade, a falha do desenvolvimento no processo capitalista, que poderá levar à desintegração econômica e social; já o desenvolvimento teria como pressuposto o progresso e o crescimento econômico. Os países ricos reafirmam seu poder perante os demais países subdesenvolvidos, estabelecendo uma relação de dominação entre continentes.

O desenvolvimento está presente nos discursos e ações dos cidadãos comuns, do Estado, dos grandes organismos e corporações transnacionais. De acordo com Almeida; Blós

(1997), na literatura do início da década de sessenta, o desenvolvimento passa a constituir um dos objetivos das políticas governamentais das organizações internacionais. Por exemplo, em 1961, a Assembleia Geral das Nações Unidas propõe oficialmente ações em prol de elevar os níveis de vida das mais novas nações independentes e consideradas subdesenvolvidas, usando o capital e a tecnologia dos países industrializados.

No Brasil, esta visão bebe na fonte da grande influência alcançada pela teoria cepalina⁶ do subdesenvolvimento, nas décadas de cinquenta e sessenta principalmente, entre políticos, empresários e autores do pensamento econômico e social da América Latina e do exterior. Para Colistete (2001), a base da teoria cepalina estava fundada na hipótese de que a indústria seria capaz de tornar-se o núcleo gerador e difusor de progresso técnico e de produtividade. Isso dificilmente seria alcançado por setores tradicionais, com baixa intensidade de capital e de tecnologia, com o argumento de que a industrialização teria de incorporar setores de bens de produção mais complexos e capazes de gerar e difundir progresso técnico por toda a estrutura industrial. De fato, esta hipótese adicional passou a ser explicitada no início dos anos sessenta, quando houve um esforço de qualificação do argumento original cepalino, especificando os requisitos para que a diversificação industrial pudesse ser considerada efetiva. Este ajuste na teoria foi realizado, mas antes se argumentou que a industrialização observada na América Latina havia demonstrado suas "falhas" e "distorções". Na prática, porém, tal ajuste na teoria cepalina representou o abandono da hipótese mais simples, de que a mera diversificação industrial promoveria o fim da condição periférica e de que os países emergentes buscariam a intensificação das tecnologias de ponta no setor industrial e primário e o fortalecimento do setor terciário.

As concepções do desenvolvimento, na perspectiva do século XXI, também mudaram do adjetivo “subdesenvolvido” para “em desenvolvimento”. As reflexões de Furtado, Morin, Sardar, Sen e Sachs contribuíram para que a compreensão do desenvolvimento se deslocasse das propostas em torno do crescimento econômico para o conjunto de ideias que o entendem como processo de construção e consolidação de direitos humanos.

A obra de Furtado (1996) toma o desenvolvimento como mito, destacando seu poder mobilizador e organizado, criticando a concepção com origem na revolução industrial, que defendia um processo universalizado, onde os padrões de consumo da minoria da

⁶ Teoria de desenvolvimento da CEPAL (Comissão Econômica para América Latina e Caribe), instituição criada em 1948 pela ONU – Organização das Nações Unidas, a qual elaborou a primeira crítica ao desenvolvimento em trabalhos redigidos por Raúl Prebisch, economista que assumiu a Secretaria Executiva da CEPAL em 1949. Prebisch identificou, no desenvolvimento econômico moderno, a existência de um centro condutor e uma vasta e heterogênea periferia, caracterizados por relações que mantêm a desigualdade em escala mundial.

humanidade, que vivem nos países industrializados, seriam acessíveis às grandes massas da população que vivem no Terceiro Mundo. Para Furtado: “essa ideia se constitui, seguramente, numa prolongação do mito do progresso, elemento essencial na ideologia diretora da revolução burguesa, dentro da qual se criou a atual sociedade industrial” (1996, p.8). Todavia, para ele, é uma visão equivocada, porque há variáveis diferentes nos países em diversos graus de desenvolvimento, não sendo possível aceitar a tese de que “a economia mundial se desenvolve necessariamente seguindo os padrões de consumo dos Estados Unidos da América”. A aceitação desta concepção implica ignorar o fenômeno do subdesenvolvimento; aí se deve a confusão entre economia subdesenvolvida e país jovem. O subdesenvolvimento não pode ser comparado com a idade de um país, ou seja, a posição de periferia não seria uma mera questão de um estágio a ser superado, mas de um tipo específico de inserção. Assim, Furtado (1996) conclui que a hipótese de extensão ao conjunto dos países capitalistas das formas de consumo que prevalecem nos países cêntricos não tem viabilidade, considerando as possibilidades evolutivas desse sistema.

Assim, para além da interpretação econômica do desenvolvimento, busca-se a visão das teorias sociológicas do desenvolvimento. Apresentam-se, então, três categorias: a) interpretação socioeconômica: aponta fatores sociais e econômicos como relevantes no processo de desenvolvimento; b) interpretação sociocultural: põe em evidência padrões de comportamento social que explicariam que as diferentes situações, bem como a transição do subdesenvolvimento para o desenvolvimento provêm em geral de diferenças culturais; e c) interpretação psico-sociológica: isola algum tipo de personalidade social e de necessidade que explicariam que a gênese do processo de desenvolvimento é de natureza comportamental-subjetiva (BELTRÃO, 1965).

Na visão de Morin (1984), ao mesmo tempo em que o desenvolvimento remete a progresso e crescimento, pouco se reflete sobre o seu sentido obscuro, incerto e mitológico. “A racionalidade ocidental era tão fechada e reduzida que expulsava para fora dela tudo o que não podia integrar, e que se tornava irracional, a começar pela complexidade do ser vivo” (1984, p. 346) [...] “Convenceram-se que o desenvolvimento quantitativo remete sempre para um desenvolvimento qualitativo”. O desenvolvimento social, pelas incertezas e complexidades, comporta muito mais regressões do que o próprio desenvolvimento biológico; para o autor, ele torna-se, ao mesmo tempo, meio e fim do sistema auto-organizador da sociedade e do indivíduo.

A noção de desenvolvimento entrou em crise quando se almejou integrar, harmoniosamente: crescimento, bem-estar, liberdade, felicidade e equilíbrio, porque, para

Morin (1984), são noções antagônicas. O anúncio da crise dá-se em indícios desviantes e periféricos (não reconhecidos e legitimados) que contrariam a harmonia dos elementos e o desenvolvimento pautado pela riqueza mensurada especialmente nas sociedades industriais avançadas. Isso significa introduzir a ambiguidade e a complexidade na consciência do desenvolvimento, o qual está em crise em todos os “mundos”, ocidental e “terceiro mundo”. As duas crises confirmam-se e agravam-se simultaneamente. O autor acredita que, a partir de certas condições históricas e locais, é possível avançar no menor sofrimento, mas um novo modelo ainda não surgiu. Na atualidade, a procura está bloqueada pelo mito. Para o autor, não há solução em vista, porém, cita as condições necessárias para elaboração de uma, as quais devem ter conjunção do pensar e do agir e surgidas no próprio corpo social: não subordinar o desenvolvimento ao crescimento; ao contrário, subordinar o desenvolvimento técnico/científico ao da humanidade.

Para Sachs (1995), no meio século transcorrido, é importante considerar no processo de análise do desenvolvimento o avanço do poder tecnológico, no volume dos bens, dos serviços produzidos e das trocas comerciais, sendo este um privilégio dos países industrializados. Na concepção do autor, o estilo de consumo e o modo de viver transformaram-se para uma maioria dos países industrializados e para uma minoria do terceiro mundo, aumentando a exclusão. Aponta a redefinição do conceito da palavra desenvolvimento partindo da hierarquização proposta: o social no comando, o ecológico enquanto restrição assumida e o econômico recolocado em seu papel instrumental.

De acordo com Sardar (1996), as nações não ocidentais são incentivadas a abandonar sua bagagem cultural definida como inferior, na busca do desenvolvimento, desconsiderando o seu patrimônio cultural e tradicional, seus valores religiosos e sagrados, que interfeririam no progresso e na modernização. No entanto, a experiência de décadas de desenvolvimento revela que essa bagagem é muito mais resistente do que imaginado. Não importa como definir e redefinir o desenvolvimento, ele simplesmente não se encaixa em países não ocidentais e, quando lhes é imposto, fragmenta-se, desloca-se e destrói sociedades baseadas em visões de mundo tradicional. A versão ocidental do desenvolvimento, refletindo a concepção dominante associada ao urbano-industrialismo, uma visão etnocêntrica, conservadora e de reducionismo econômico, não pode ser considerada enquanto um conceito universal, aplicável a todas as sociedades em todos os momentos. O predomínio da cultura ocidental é, muitas vezes, confundido com o universalismo; mas, não significa que os valores sejam universalmente válidos e aplicáveis a todas as sociedades. A bagagem do desenvolvimento global contempla as máximas fundamentais da ideologia do capitalismo. As noções de que as preferências

individuais são os aspectos mais importantes do bem-estar humano, que os indivíduos devem ter liberdade total para perseguir os seus interesses, são totalmente contrárias à visão da maioria dos países não ocidentais.

A tese de Sen (2000) aponta a ampliação das liberdades como um comprometimento social e elemento imprescindível para o desenvolvimento, considerando a importância de garantir-se a liberdade de escolha e a oportunidade dada às pessoas, eliminando privações, para que, nestas condições, se alcance o desenvolvimento. As principais privações são a pobreza e a tirania, a carência de oportunidades econômicas, a negligência de serviços públicos e a intolerância ou a interferência excessiva de Estados repressivos. Para o autor, o desenvolvimento não se reduz a crescimento, é preciso refletir sobre a desigualdade e as suas dimensões, nunca a reduzindo à variável da renda, como foi por muito tempo o critério mais importante na mensuração da desigualdade. A concepção adequada de desenvolvimento deve ir muito além da acumulação de riqueza e do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) e de outros indicadores relacionados à renda.

Para instrumentalizar a reflexão, Sen (2000) apoia-se na tríade de conceitos interligados de capacidades, funcionalidades e realizações, sendo preciso valorizar o bem-estar, considerando as diversidades e as heterogeneidades, identificando cinco fontes de variação entre as rendas reais e as vantagens que são obtidas delas: 1) heterogeneidades pessoais: as pessoas têm necessidades diferenciadas relacionadas às características físicas, no caso, por exemplo, de determinadas doenças; 2) diversidades ambientais: variações nas condições climáticas podem influenciar o que uma determinada pessoa obtém em certo nível de renda; 3) variações no clima social, incluindo serviços públicos de educação, crime e violência localizada; 4) diferenças de perspectivas relativas: necessidades de mercadorias associadas a padrões de comportamento e costumes, a exemplo do turismo enquanto uma opção de lazer para alguns indivíduos ou invés de adquirir outros bens de consumo; e 5) distribuição na família: a renda é compartilhada por todos os membros da família, inclusive por quem não a ganha.

Sen (2000) reconhece a importância da avaliação da desigualdade de renda. Entretanto, entende que tal critério limita a interpretação e contribui para negligenciar outros modos de ver a desigualdade e a equidade, o que pode influenciar negativamente a elaboração de políticas econômicas, enfraquecendo outras variáveis como desemprego, doença, baixo nível de instrução e exclusão social. A ideia central é que a expansão da liberdade humana é, a um só tempo, fim e meio dos processos de desenvolvimento; a visão de liberdade perpassa os

processos de oportunidades reais que as pessoas têm, dadas as circunstâncias pessoais e sociais e a expansão das capacidades das pessoas.

Autores como López-Casero (1991), Guerrero (1996), Souza (1996), Yañez (1998), Froehlich (1999) buscam superar o caráter desenvolvimentista da concepção de desenvolvimento por meio da construção de novos sentidos, do que derivam várias adjetivações, como: integrado, endógeno, sustentável, durável, regional e local. Na visão de López-Casero (1991), o espaço parece vir ganhando maior magnitude nas novas abordagens sobre o desenvolvimento, até então hegemônico pela dimensão do 'tempo', que foi verdadeira obsessão da modernidade e traduzia-se na ânsia pelo futuro e pela fé no progresso.

Nesta perspectiva teórica, há uma mudança de paradigma gerada com a crise do regime de acumulação fordista, o qual é caracterizado por um processo de produção em massa em grandes unidades, concentradas espacialmente, fomentado e apoiado por um sistema político Keynesiano, com a existência de um estado centralizado, intervencionista, planejador e outorgador de bem-estar. Com o surgimento do regime de acumulação flexível⁷, tem-se, atualmente, outra perspectiva, que aponta para a possibilidade do chamado desenvolvimento local (FROEHLICH, 1999).

Segundo Guerrero (1996), o percurso gerado pela crise é a passagem do paradigma funcionalista para o territorial, onde a localidade é composta por atores que se relacionam, os quais possuem capacidade de atuação frente aos problemas a resolver, contando com recursos próprios.

Não é mais possível se considerar nem residual nem secundário o conjunto de variáveis endógenas sociais do sistema local porque o desenvolvimento é, em grande medida, o fruto de uma complexa construção social da economia, saída de sociedades locais com estruturas e histórias determinadas. Por isso, já aceita-se hoje em dia certo consenso que o desenvolvimento local é possível e de que se trata de

⁷ A acumulação flexível de capital, na concepção de David Harvey (1992), representa um "confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo e se caracteriza pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, nas taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego chamado 'setor de serviços', bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas [...]. Ela também envolve um novo movimento de 'compressão do espaço-tempo' no mundo capitalista - os horizontes temporais da tomada de decisões privada e pública se estreitaram, enquanto a comunicação via satélite e a queda dos custos de transporte possibilitaram cada vez mais a difusão imediata dessas decisões num espaço cada vez mais amplo." Acumulação flexível, assim, é a nova maneira encontrada pelo capitalismo para superar suas crises cíclicas e suas contradições internas e, dessa forma, permitir a reprodução do capital e sua concentração nas mãos da elite capitalista. O acúmulo de capital, assim como ocorre desde as revoluções comerciais e industriais, seguindo a racionalidade capitalista de acumulação e de concentração. Só que, ao contrário do que ocorreu no período fordista, no qual a acumulação era baseada em padrões rígidos, esta, agora, é flexível, pois flexível é o mercado e, assim deve ser o processo de produção e a exploração da força de trabalho.

um processo dinâmico e global de colocação em marcha e sinergia dos atores locais para valorizar os recursos humanos e materiais de um território dado e em relação negociada com os centros de decisão do conjunto econômico social e político em que se inserem (GUERRERO, 1996, p. 410).

A lógica contemporânea, denominada por alguns pesquisadores de pós-moderna, não é de oposição e sim de composição, englobando o ecletismo e o pluralismo como elementos essenciais e estruturais (SANTOS, 1988). Neste ínterim, desvelam-se novas potencialidades para o particular/local ao relativizar o universal; a dinâmica é de composição: ao invés de opor, compõe o rural com o urbano, o tradicional com o moderno (FROEHLICH, 1999). Neste sentido, o pós-modernismo não é entendido como uma nova época e sim como a consciência crescente dos limites do projeto da modernidade.

Um fenômeno a ser considerado na busca do significado do desenvolvimento é a globalização, onde os seus aportes teóricos muitas vezes trazem divergências interpretativas do alcance deste fenômeno. Featherstone (1996) faz crítica às interpretações simplistas do processo de globalização que contemplam a homogeneização ou a fragmentação, reduzindo o fenômeno à percepção de que o mundo agora é um só lugar. O inevitável aumento do contato traz a necessidade de maior diálogo entre nações, blocos e civilizações, com a expectativa de discordância, conflito e confronto de perspectivas, e não apenas de consenso, ponderando que os agentes e participantes estão presos em crescentes teias de interdependências em relações de poder e complexidade cultural.

No campo de estudo da sociologia, o local, a localidade e o localismo são categorias associadas à noção de espaço particular determinado, com seus conjuntos de relações sociais estreitas, baseadas em laços familiares e tempo de residência, resultando em uma identidade relativamente estável, onde os membros de uma localidade formam uma comunidade com cultura mais homogênea, o que constituía, então, o local (físico-geográfico) em um lugar. Portanto, não se trata de considerar o local e o global como dicotomia separada no espaço ou no tempo, mas sim na afirmativa de que os processos de globalização e localização/regionalização são indissociáveis.

Um dos efeitos da globalização, ao invés de homogeneizar o local, é de realçar a pluralidade de interpretações do significado de mundo, valorizando as perspectivas de tradições nacionais e regionais diversas que são os diferenciais dos locais. Neste sentido, a condição pós-moderna problematiza a forma de lidar com a complexidade cultural, com aquilo que parece ser desordem, gerando a perda da confiança das narrativas de progresso, prevalecendo uma consciência crescente da multificodificação, de hibridização e do sincretismo

cultural, enfatizando a pluralidade e a inclusão das perspectivas minoritárias (FEATHERSTONE, 1996).

Outro elemento importante a ser considerado na reflexão sobre desenvolvimento é a autonomia. Souza (1996) alerta que a autonomia é fundamental para a busca da felicidade individual e coletiva, garantindo o direito de cada coletividade estabelecer-se, segundo as especificidades da sua cultura, podendo, assim, determinar as prioridades, os meios e as estratégias que entendem ser mais pertinente para o processo de desenvolvimento. Para Froehlich (1999), a autonomia, no contexto do localismo e da descentralização, traz subentendida uma territorialidade e gestão do espaço, imprescindível para a organização política.

Mesmo com o avanço dos aparatos tecnológicos e intensificação das trocas comerciais, gerando a queda de barreiras espaciais no processo de globalização, não ocorreu a desqualificação da importância do espaço para o capitalismo contemporâneo, porque certas diferenças na qualidade dos lugares, tais como infraestrutura e modo de vida, passam a ser mais valorizadas. O âmbito local apresenta especificidades interessantes em relação a outras escalas, o que coloca como crucial a capacidade de ação autônoma por parte dos atores locais, que devem estabelecer relações de competência e competição para atrair setores produtivos (YAÑEZ, 1998).

A internacionalização da produção e a maior interdependência entre os setores de produção de bens e de serviços, especialmente propiciados pelo avanço das tecnologias de transporte, comunicação e informação, trouxeram desafios para as diversas regiões em âmbito mundial, acarretando na intensificação do comércio mundial. Todavia, para as economias menos abastadas, teve-se pouca possibilidade de adequar rapidamente a estrutura econômica aos novos parâmetros de competitividade, agora mais amplos e mutáveis. Sendo assim, as dimensões econômicas e socioespaciais são abordagens que instigam indagações de como alcançar a capacidade de autonomia, por exemplo, questionando como pequenas economias inserem-se e conquistam espaços na economia globalizada.

Neste cenário do pós-fordismo flexível, os territórios capazes de receber, entender e empreender mudanças adquirem vantagens comparativas. Por vezes, os mais aptos ao desafio nem sempre são atores sociais vinculados a empresas prodigiosas ou economias consolidadas que possuem destacadas técnicas mercadológicas. São as pequenas e médias empresas ou empreendedores locais que, intimados a responder ao contexto do mercado global, debatem-se em busca de estratégias localizadas de resistência e sobrevivência (CORIOLANO; ALMEIDA, 2008). Assim, as localidades têm se reafirmado e ganhado papel ativo na

organização de estratégias de empreendimentos no capitalismo contemporâneo. Foi justamente a necessidade de pensar formas de inserção produtiva, em lugares com grandes diferenças sociais, num mundo globalizado, que fez retornar a escala territorial e local ao centro das atenções voltadas ao desenvolvimento.

2.2 A dimensão territorial do desenvolvimento

A concepção de desenvolvimento rural, segundo Garcia (2002), passou em sua trajetória por quatro grandes momentos: o primeiro marcado pelos projetos e iniciativas de desenvolvimento comunitário; o segundo, pelos projetos de reforma agrária; o terceiro, pelo que, convencionalmente, denominava-se desenvolvimento rural integral; e por fim, no momento presente, desenvolvimento territorial e combate à pobreza. A emergência da abordagem territorial do desenvolvimento rural já foi objeto de alguns importantes trabalhos (VEIGA, 2001; ABRAMOVAY, 2003; FAVARETO, 2006).

Para Favareto (2006), foi na primeira década de 2000 que iniciou uma reavaliação do significado do desenvolvimento rural, compondo a pauta dos debates sobre as relações entre o rural e o urbano e sobre as abordagens das dinâmicas territoriais nos processos de desenvolvimento. Para o autor, na década de noventa, houve avanços teóricos significativos no campo da temática da agricultura familiar; todavia, tal densidade acadêmica ainda não se afirmou no campo da abordagem territorial. Favareto (2006) entende que a abordagem territorial emerge num contexto sócio-histórico específico, revelando-se tanto uma categoria empírica, como uma visão cognitiva, formulada para dar conta da dinâmica emanada desta nova situação, demonstrando que tal abordagem territorial implica, sobretudo, o dimensionamento de uma escala específica de processos de desenvolvimento, onde, ao invés de uma análise dicotômica do urbano e do rural, torna-se necessário um enfoque relacional, que envolva os dois polos a partir do entendimento de suas relações de oposição e de complementaridade.

A discussão acerca de território começa com as acepções do termo, originário do latim *territorium*, adjetivo derivado de *territoralis* que significa “pedaço de terra apropriada”. Este sentido era-lhe atribuído antes do século XVIII. Nos anos vinte, do século XX, os termos território e territorialidade transferem-se do domínio político-administrativo para o da

etologia, adquirindo *status* de conceito científico, deixando de ser uma qualidade jurídica para transformar-se num sistema de comportamento.

No campo da etologia, o território está associado à demarcação e dominação de um lugar, à extensão e limites, enquanto territorialidade é definida como a conduta de um organismo para tomar posse de seu território e defender-se contra os membros de sua própria espécie. Em geografia, Milton Santos refere-se ao território como sendo “[...] o chão da população, isto é, sua identidade, o fato e o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é a base do trabalho, da residência, das trocas materiais e espirituais e da vida, sobre os quais ele influi” (SANTOS, 2000, p. 96).

O território possui, antes de tudo, um tecido social, com relações de bases históricas e políticas que vão além da análise econômica. À dimensão territorial do desenvolvimento somam-se as dimensões temporais, como os ciclos econômicos e setoriais (ABRAMOVAY, 2001; 2003). Para Haesbaert (2006, p. 20):

Se pensarmos nas nossas próprias experiências pessoais, pelo menos para aqueles que partilham mais amplamente da globalização em curso, o mundo parece mesmo, muitas vezes, ter substancialmente “encolhido”. Desenha-se, assim, um mundo “sem fronteiras”, onde foi decretado o “fim das distâncias”, tanto pela velocidade permitida ao nosso deslocamento físico pelos transportes quanto pela instantaneidade proporcionada pelas comunicações.

Desse modo, percebe-se que o acesso às informações e aos locais, antes jamais pensados em visitar ou conhecer, hoje aparecem de forma instantânea através dos diversos meios de comunicação. Assim, distâncias diminuiram e o conhecimento foi ampliado.

Segundo Haesbaert (2006), os conceitos de território variam de área para área e são delimitados conforme o enfoque de determinada perspectiva. Enquanto os geógrafos enfatizam a materialidade do território, a ciência política enfatiza as relações de poder, ligada à concepção de Estado; a economia prefere usar a noção de espaço à de território; a antropologia destaca território como forma simbólica; a sociologia enfoca-o a partir de sua intervenção nas relações sociais e a psicologia incorpora-o no debate sobre a construção da subjetividade ou da identidade pessoal. Ainda, Haesbaert (2006, p. 40) agrupou a noção de território em três vertentes:

Política: a mais difundida, onde o território é visto como um espaço delimitado e controlado, através do qual se exerce um determinado poder, na maioria das vezes, – mas não exclusivamente – relacionado ao poder político do Estado. Cultural: prioriza a dimensão simbólica e mais subjetiva, em que o território é visto,

sobretudo, como o produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao seu espaço vivido. Econômica: enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, o território como fonte de recursos e/ou incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho, como produto da divisão “territorial” do trabalho, por exemplo.

O território está relacionado com as raízes do local, fato este que, para o turismo, é imprescindível, ocupando-se da dimensão espacial na delimitação do produto turístico que é fixo e, conseqüentemente, exige o deslocamento do consumidor até ele. Para Cruz (2000), a fixidez do produto turístico constitui um dos vetores que orientam a organização espacial demandada pela atividade. Beni (2006, p. 36) traz a seguinte consideração:

O território é um agente de transformação, não mero suporte dos recursos e atividades econômicas, pois existe interação entre as empresas e os demais atores, que se organizam para desenvolver a economia e a sociedade. O ponto de partida para uma comunidade territorial está no conjunto de recursos econômicos, humanos, institucionais e culturais formadores de seu potencial de desenvolvimento.

A constituição de territorialidades está embasada não apenas na percepção geográfica de espaço, mas também no seu tecido social, nas relações culturais, sociais, políticas e econômicas que dinamizam os ambientes e valoram seus saberes, práticas e sua história (ABRAMOVAY, 2003). Ademais, estes processos de valorização das regiões rurais, por suas características peculiares, denotam dimensões prósperas atualmente, contestando os dizeres históricos de extinção do rural e superando o significado de atraso que lhe foi associado nas visões da modernização conservadora, construindo novos sentidos para o desenvolvimento contemporâneo e novos papéis para os territórios rurais (FROEHLICH, 2002).

Para Favareto (2006), em geral, são três os fatores principais que contribuem para a ocorrência de bons indicadores de desenvolvimento territorial: o aproveitamento do dinamismo gerado a partir da vitalidade dos espaços urbanos próximos; a incidência de fortes políticas sociais, com destaque para aquelas que implicam a transferência de fundos públicos e um dinamismo próprio de determinados espaços rurais, a exemplo do já citado estudo sobre a “*Terza Itália*”. E, ainda, um quarto fator seria a presença de instituições locais que forneçam a coesão territorial e o aproveitamento dos recursos locais. Para Favareto (2006), a passagem do compromisso setorial ao territorial nas instituições e nas políticas para o desenvolvimento rural ainda é incompleta, sendo uma espécie de “inovação por adição” no vocabulário, no

discurso e nas políticas de órgãos governamentais e de agentes sociais, sem, ainda, um correspondente em termos de mudança institucional e consolidação acadêmica.

Todavia, a “nova ruralidade” é vista por Favareto (2006) como passível de compreensão e explicação por uma abordagem territorial dos processos de desenvolvimento nos espaços rurais, tendo por marca justamente uma interconexão entre o rural e o urbano num grau sem antecedentes, ocorrendo um processo de racionalização, expresso tanto nas formas de condução ético-cotidianas e de organização da vida por parte das populações rurais, como na criação de instituições que interpenetram a esfera específica do mundo social.

Nesse cenário, estudos como os de Wanderley (2000) e de Abramovay (2003) apontam a nova ruralidade expressa principalmente em três vetores: os desdobramentos paisagísticos dos esforços de conservação da biodiversidade, a crescente necessidade de utilização de fontes renováveis de energias disponíveis nos espaços rurais e o aproveitamento econômico das decorrentes afinações naturais, através de um leque de atividades que costuma ser tratado no âmbito do turismo. No campo da atividade turística, o consumo desses territórios envolve todas as práticas e o ato de exercer o turismo. Para Cruz (2000, p.9), “o consumo dos territórios pelo turismo envolve um conjunto, indissociável, de bens e serviços que compõem o fazer turístico”.

Para Abramovay (2003), o planejamento contemporâneo ocupa-se de uma dimensão mais territorial que setorial, tendo como preocupação elementar a diversificação das fontes de geração de ocupação e renda, sobretudo, naquelas localidades que não são diretamente beneficiadas por processos espetaculares de inovação técnica. O desafio do planejamento territorial consiste em passar, de uma lógica federativa e de dependência das localidades em reivindicações aos poderes federais, para uma forma propositiva de racionalidade de projetos, nos quais uma região afirma sua identidade, suas ambições e suas capacidades de construir o futuro.

2.3 Redes e Arranjos Produtivos Locais

A abordagem territorial do desenvolvimento dialoga com diferentes noções da chamada economia da proximidade: as concepções de *Clusters* (grupos, agrupamentos ou aglomerados); Distritos Industriais, Aglomerações e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais; Sistemas Locais de Produção (SLP); e Arranjos Produtivos Locais (APLs). Tais concepções

são adotadas e aplicadas de acordo com as especificidades territoriais de cada país/localidade e a corrente teórica/acadêmica a que pertence, a exemplo, a abordagem Neo-schumpeteriana com os Sistemas Locais de Produção, já no caso italiano com os Distritos Industriais, também a teoria da escola de Harvard com os *Clusters*, e, por fim, o enfoque brasileiro com os Arranjos Produtivos Locais.

Para perpassar tais concepções trazem-se as suas diferenciações. Os distritos industriais caracterizam-se como um local específico para a instalação de empresas, geralmente determinado pelo poder público. Trata-se de aglomerado territorial de empresas do mesmo ramo ou de ramos similares ou muito parecidos, em que mão-de-obra especializada, insumos e prestação de serviço estão facilmente disponíveis e inovações rapidamente tornam-se conhecidas. Lastres, Cassiolato e Arroio (2005) identificam como principais características dos distritos industriais contemporâneos: i) proximidade geográfica; (ii) especialização setorial; (iii) predominância de pequenas e médias empresas; (iv) estreita colaboração entre firmas; (v) competição entre firmas baseada na inovação; (vi) identidade sociocultural com confiança; (vii) organizações de apoio ativas, para prestação de serviços comuns, atividades financeiras, etc.; e (viii) promoção de governos regionais e municipais.

Cluster significa agrupamento, coleção, reunião, cacho, etc. Termo anglo-saxão que sintetiza conceitos e estratégias locais de desenvolvimento, mas extrapola o âmbito das pequenas e médias empresas (PMEs). Trata-se de um conjunto numeroso e localizado de empresas, operando em regime de intensa cooperação, em que cada uma das firmas executa um estágio do processo de produção. Envolve também o relacionamento com instituições correlatas que apoiam o aglomerado (PORTER, 1993).

Para Beni, um dos pioneiros no Brasil que apresenta a reflexão entre o tema no turismo, um *cluster* de turismo é: “um conjunto de atrativos de destacado diferencial turístico, dotado de equipamentos e serviços e qualidade, com excelência gerencial, concentrado num mesmo espaço geográfico delimitado [...]” (1998, p.2). O conceito de *clusters* de turismo relaciona-se com uma alta integração vertical, horizontal e interdisciplinar que ocorre na atividade turística e, para que se atinja a competitividade, deve-se realizar uma abordagem sistemática de formatação dos produtos turísticos capaz de assegurar que a oferta seja o instrumento mais completo possível de satisfação das necessidades da demanda por meio de um modelo flexível, capaz de traduzir os conceitos de segmentação, multidestinação e destinação múltipla (BENI, 2006).

O Sistema Produtivo Local (SPL) é uma nomenclatura para indicar grande número de firmas, no mesmo território, na maioria, de pequeno porte, envolvidas em vários estágios,

com articulação e aprendizagem entre si e outros atores locais, para produção de produtos homogêneos. Barquero (2001) apresenta uma proposta de tipologias dos sistemas produtivos locais quanto aos aspectos territoriais e o tecido produtivo que se desenvolve nestes territórios, destacando quatro estágios:

- a) Territórios que apresentam pontos fracos tanto no que se refere à sua capacidade empresarial quanto à potencialidade de resposta inovadora, tal como seria o caso de muitas áreas rurais; b) Territórios que dispõem de um sistema de empresas suficientemente bem organizado, ainda que precisando introduzir inovações para o fortalecimento de sua competitividade. Seriam os sistemas locais que passam por reestruturação produtiva; c) Territórios que apresentem pequena capacidade empresarial e/ou de organização do sistema de empresas locais, mas que tiveram sua posição fortalecida nos últimos anos graças a uma política tecnológica inovadora da vinda de projetos que se propõem a difundir as inovações; d) Territórios cujos pontos fortes residem na capacidade empresarial e organizacional, bem como na capacidade de resposta inovadora aos desafios da competitividade (BARQUERO, 2001, p.118).

Arranjo Produtivo Local (APL), derivado do sistema anterior (do SPL), significa uma aproximação do conceito à realidade brasileira, uma vez que as aglomerações brasileiras apresentam-se ainda em estágio inicial de interdependência, entre as empresas e entre estas e instituições de fomento. A consolidação do arranjo depende dos seguintes elementos essenciais: território, capital social, organização produtiva, articulação político-institucional e estratégia de mercado.

De acordo com Tomazzoni (2007, p.52), “a visão sistêmica da concentração regional das atividades produtivas é uma estratégia relevante para entender as variáveis que dificultam ou impulsionam o desenvolvimento”. O arranjo territorial é a forma organizada de uma determinada atividade no território. Tomazzoni (2007) define Arranjo Produtivo Local (APL) como um modelo aplicado no contexto das organizações, analisados sob a perspectiva das redes para entender os motivos pelo quais as aglomerações desenvolvem-se, dando visibilidade ao comprometimento das organizações públicas e privadas.

A concepção de Spínola (2003) a respeito da classificação dos arranjos produtivos é a seguinte: (A) com empresas âncora, são caracterizados pela existência de uma firma motriz que mantém fortes vínculos técnicos, comerciais e financeiros com um grupo de fabricantes ou prestadores de serviços; (B) os arranjos sem empresa âncora são aglomerados produtivos, geralmente formados por micro, pequenas e médias empresas de um mesmo setor de atividade, com maior ou menor grau de interação, onde não há uma empresa grande capaz de definir o caminho estratégico. Quanto ao nível de consolidação Spínola (2003) define: (A)

arranjo elementar ou básico, onde há uma rede de relacionamento entre os agentes com as instituições locais, mas também com conflito de interesses que não permite visão estratégica e coordenação entre os agentes; (B) o arranjo em fase de consolidação, onde embora haja maior sinergia entre as ações de seus agentes do que no arranjo elementar, o seu grau de coordenação é baixo; e o (C) arranjo consolidado ou maduro, onde há um alto grau de coesão e organização entre os agentes. Na articulação institucional dos arranjos produtivos locais, estão presentes órgãos governamentais e outras instituições, tais como universidades, escolas técnicas, agências de fomento e associações profissionais.

Alguns autores acreditam que os Arranjos Produtivos Locais não podem ser pré-fabricados ou criados, entretanto salientam que o setor público e as instituições coletivas desempenham papel chave na identificação e no incentivo ao fortalecimento. A identificação do Arranjo Produtivo Local está diretamente relacionada à capacidade de percepção, nos diversos lugares, da base cultural e social comum que, ligando agentes econômicos por meio de comportamentos, valores, regras e práticas cotidianas, potencialize a formação da atmosfera local voltada para a melhoria de condições do grupo ou comunidade.

No setor do turismo, considerando a gama de serviços que a atividade oferece, faz-se necessário observar o porte dos atores envolvido, o grau de interdependência entre eles e o seu poder de influenciar de uma forma positiva os acontecimentos ao longo do Arranjo Produtivo Local (APL). Os relacionamentos gerenciados com sucesso em um Arranjo Produtivo Local normalmente ocorrem como reflexo de ações bem sucedidas de cooperação e confiança, possibilitando melhores condições de coordenação das atividades.

Para os autores Fecha, Fusco e Silva (2011, p.1): “um APL de turismo é composto por uma variedade de serviços o que de certa forma poderia dificultar na busca de uma uniformidade ou alinhamento competitivo dos comportamentos dos seus integrantes”. A percepção de aglomerações de micro e pequenas empresas de setores diversos, com forte vinculação ao turismo não parece tarefa difícil, mas, a partir daí, consolidar as ações para dar a forma ao APL não se mostra tarefa fácil (CORIOLANO, 2009).

No âmbito das políticas públicas federais, o Ministério do Turismo, compreende rede como “[...] um conjunto de pontos interligados que tomam uma determinada forma de organização [...] de uma dinâmica que favoreça a integração entre pessoas ou instituições em torno de objetivos específicos” (2007, p.16). As redes são alternativas às formas de mercado, dispõem de interdependência de recursos e linhas recíprocas de comunicação, por meio de composições horizontais e verticais de troca. Porter (1998), por sua vez, define redes de

empresas como sendo o procedimento de organizarem-se atividades econômicas por meio da coordenação e/ou cooperação interfirmas.

A abordagem de redes permite a autoria do empresariado local em projetos de desenvolvimento, em parceria com instituições e organizações representativas do território. Tais empresas são apoiadas por instituições provedoras de recursos humanos, financeiros e de infraestrutura. A interação entre elas e as instituições gera a capacidade de inovação e conhecimento específico por meio da constituição de uma rede. As principais características das redes correspondem a velocidade da comunicação, a decisão, a credibilidade entre os atores envolvidos, o espírito de inovação, a experiência, os benefícios mútuos, a confiança, as ações recíprocas e a estrutura formal.

Tanto Corrêa (1999) como Casarotto Filho e Pires (1999) concordam que a formação e a sobrevivência das redes depende do equacionamento destes três aspectos: a cultura da confiança, a cultura da competência e a cultura da tecnologia da informação. A cultura da confiança está ligada aos aspectos de cooperação entre as empresas, envolvendo aspectos culturais e de interesse de pessoas e de empresas. A cultura da competência refere-se às questões ligadas às competências essenciais de cada parceiro. E a cultura da tecnologia da informação significa que a agilidade do fluxo de informações é de vital importância para a implementação e o desenvolvimento de redes flexíveis.

A confiança é definida por Arruda e Arruda (1998) como sendo a crença de uma das partes em que suas necessidades serão satisfeitas, no futuro, por ações tomadas pela outra parte. Dessa maneira, confiança é uma forma de se ter com o parceiro um intercâmbio, sem toma-lo como um oportunista, e a sua constituição não pode ser imposta (FUSCO, 2004). Provavelmente, seu desenvolvimento pode implicar um processo de longo prazo, no sentido de que o 'gerador' da rede desenvolveria, pouco a pouco, relacionamentos pessoais e uma reputação de justiça. Isso explica porque muitas redes apresentam um forte componente geográfico ou cultural, porque é mais fácil desenvolver relacionamentos estreitos com alguém que possua um registro de integridade pessoal.

Para Abramovay (2003), a credibilidade está no fortalecimento dos vínculos fixados que permitem a ampliação da confiança e, portanto, o alargamento do próprio círculo de negócios e atores sociais. Confiança da própria identidade social dos atores, pela qual se define um território, sendo, portanto, mais que um conjunto de atributos objetivos de distância e localização, o território forma-se por uma rede de relações, de significados, de conteúdos vividos pelos indivíduos que permitem a construção de modelos mentais partilhados subjacentes ao sentimento de pertencer a um lugar comum. Assim, um ambiente de confiança

entre atores sociais oferece uma das bases mais sólidas para o desenvolvimento de uma região.

2.4 Capital Social

A noção de capital social vem ganhando relevância nas últimas décadas no campo teórico que aborda o desenvolvimento. Destacam-se três grandes teóricos na maioria dos estudos relacionados à noção de Capital Social: Coleman (1990), Bourdieu (1985) e Putnam (2000).

As pesquisas de Coleman relatam o papel do capital social no crescimento do capital humano ou relações entre alcance educacional e desigualdade social, definindo capital social como “os recursos sócio-estruturais que constituem um ativo de capital para o indivíduo e facilitam certas ações de indivíduos que estão dentro dessa estrutura” (COLEMAN, 1990, p. 312).

Coleman define três aspectos relevantes na constituição do capital social, o primeiro, o nível de confiança e a real extensão das obrigações existentes em um ambiente social, ou seja, onde as pessoas confiam umas nas outras e como essa confiança é exercida pela aceitação mútua de obrigações, tem-se o capital social; o segundo aspecto diz respeito aos canais de trocas de informações e ideias; e o terceiro refere-se quando há normas e sanções que encorajam os indivíduos a trabalharem por um bem comum.

Já para Bourdieu (1985, p. 243), o capital social é “agregado de recursos reais ou potenciais que estão ligados à participação em uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de mútua familiaridade e reconhecimento”.

De acordo com Mueller (2007), a literatura é controversa quanto às possibilidades de criar ou incrementar capital social onde ele inexista e prevaleça a desconfiança generalizada. Neste aspecto, recebem recorrentes críticas os trabalhos de Putnam, em virtude da ênfase que dá a um determinismo cultural, o que significaria a impossibilidade de haver mudanças nos hábitos sociais em períodos de tempo relativamente curtos. Isto acarretaria dificuldade de gerar ou incrementar capital social em inúmeros territórios, aonde não haja tal tradição de engajamento cívico, o que, por sua vez, representaria sérios empecilhos ao próprio desenvolvimento.

Sendo assim, haveria sociedades onde prevaleceria um círculo virtuoso de existência de capital social e desenvolvimento, ao passo que, em outras, o cenário seria o inverso. No entanto, apesar deste caráter de determinismo cultural, Putnam não nega a possibilidade de o capital social ter alterações ao longo do tempo, pois afirma que “o capital social, à diferença de outras formas de capital, geralmente tem que ser gerado como subproduto de outras atividades sociais” (PUTNAM, 2000, p. 180).

Putnam definiu, em seus estudos, o capital social como as “características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas” (PUTNAM, 2000, p.117). Para o autor, “para a estabilidade política, para a boa governança e mesmo para o desenvolvimento econômico, o capital social pode ser mais importante até do que o capital físico e humano” (PUTNAM, 2000, p. 192). Seus estudos tratam sobre as diferenças regionais italianas, apontando a importância da comunidade cívica⁸ como elemento essencial para o bom desempenho institucional, econômico e político. Estes três aspectos estariam diretamente ligados ao engajamento cívico das pessoas de cada uma das regiões, sendo que o nível de engajamento é ligado à natureza do associativismo, se horizontal ou se vertical. E esta natureza do associativismo seria de cunho cultural, historicamente constituída.

Putnam (2000) apresenta três formas de capital social: a primeira, que identifica capital social formal (associações, sindicatos, organizações, etc.) *versus* capital social informal (reuniões familiares ou de vizinhos); a segunda forma, capital social denso *versus* capital social escasso; e a terceira, capital social de ponte (que diz respeito a laços, que ligam pessoas com características demográficas diferentes) *versus* capital social de ligação (quando a base para a formação da rede é entre iguais, ou seja, entre indivíduos similares do ponto de vista de suas características demográficas).

O associativismo horizontal é aglutinador de membros com o mesmo status e poder, já o vertical reuniria membros de forma assimétrica e hierárquica, significando a existência de laços de dominação e dependência, além da desconfiança generalizada e o fraco engajamento cívico. Porém, onde predomina o associativismo horizontal, pelo contrário, predominariam também a confiança e as normas de reciprocidade, juntamente com o maior engajamento cívico. Ou seja, onde há tradição de participação das pessoas em associações horizontais, sejam elas com fins políticos ou não, há mais confiança, mais cooperação, maior espírito

⁸ Comunidade cívica, para o autor, é caracterizada “por cidadãos atuantes e imbuídos, por relações políticas igualitárias, por uma estrutura social firmada na confiança e na colaboração” (PUTNAM, 2000, p. 3031).

democrático, prevalecendo os interesses coletivos em detrimento dos individuais, o que teria resultado em maior facilidade nas implementações dos projetos governamentais e, conseqüentemente, na obtenção de maiores benefícios para a população.

A relação entre capital social e desenvolvimento pode ser feita à medida que a proximidade geográfica é um fator que pode facilitar o estabelecimento de laços de cooperação entre os empreendimentos produtivos, especialmente nas práticas endógenas, baseadas em arranjos e pequenas empresas. Contudo, deve-se considerar que, em determinadas regiões, as condições sociais estão dispersas ou pouco mobilizadas e não conseguem dar uma resposta no sentido de promover as “sinergias” para os setores produtivos. O interessante é conhecer de que forma as políticas locais agem sobre estes fatores e a quem cabe a governança do processo (ANÉSE, 2009).

CAPITULO 3

TURISMO E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

O capítulo Turismo e Desenvolvimento Territorial tem como propósito abranger a conceituação de turismo e suas formas de recorrência em territórios rurais, tomando como premissa a interpretação do turismo no meio rural na conjunção e na interligação com o meio urbano, no âmbito dos municípios rurais⁹ adotados por Veiga (2002), contando, assim, com a composição de uma oferta turística dos territórios rurais que abarcará os atrativos turísticos da sede do município na composição com aqueles do meio rural.

A opção pelo turismo, tanto para a comunidade local que quer investir no receptivo de visitantes, quanto dos turistas que escolhem fazer determinado passeio, é uma das escolhas da sociedade de consumo contemporânea. É uma oportunidade de escolha que, com o respaldo de políticas de inclusão social, pode contribuir para o desenvolvimento. A atividade turística é, portanto, produto da sociedade capitalista contemporânea e desenvolveu-se sob o impulso de motivações diversas, que incluem o consumo de bens culturais.

Para Almeida; Blós (1997), a implantação do turismo requer um clima de paz e segurança, uma análise de mercado e a educação da população, precisa de investimentos do setor privado no suporte infraestrutural, não sendo assim um setor fácil de desenvolver. No entanto, o turismo não é somente uma atividade econômica, mas também um fenômeno social com base cultural, histórica e ambiental. O pragmatismo econômico induz a uma visão reducionista que desconsidera a sua complexidade, na maioria das vezes, interpretando-o meramente como uma atividade de serviços. Segundo Gilbert (1990) apud Cooper (2007), o que dificulta a definição do turismo é a natureza ampla do conceito e também a diversidade de insumos e serviços que ele envolve. Para Cooper (2007), a atividade turística consiste numa gama de organizações que operam em diferentes áreas, tais como hotelaria, operadoras e agências de turismo, transportadoras, empresas de eventos, produtores culturais, entre tantas outras instituições, tanto do setor público quanto do privado, e do terceiro setor, todos responsáveis pelo suprimento da atividade turística.

⁹ Veiga (2002) considera como rurais os municípios de pequeno porte que possuem até 50 mil habitantes, situados em regiões com menos de 80 habitantes por km².

É importante desmistificar algumas ideias sobre o turismo, como, por exemplo, de que a maior parte do turismo mundial é internacional. Para Cooper (2007), o turismo mundial é predominantemente doméstico, respondendo por cerca de 80% das viagens turísticas. Outro mito é de que a maioria das viagens ocorre por via aérea, sendo que a maioria das viagens é feita por via terrestre, especialmente de carro. Também é mito que o turismo refere-se exclusivamente ao lazer nas férias. A realidade é que ele abrange todos os tipos e finalidades de visitas, incluindo negócios, eventos científicos e educação.

Por fim, é mito que o turismo é dominado pelas grandes empresas multinacionais, como as cadeias de hotéis e as companhias de transporte aéreo. A vasta maioria dos negócios turísticos consiste em empreendimentos de pequeno e médio porte. Tais premissas são imprescindíveis para a reflexão e o contexto empírico ao qual este trabalho propõe-se.

A definição oficial da Organização Mundial do Turismo compreende o turismo como: “as atividades de pessoas que viajam para locais que estejam fora do seu ambiente rotineiro a lazer, negócios ou por outros motivos e que neles permanecem por não mais de um ano consecutivo” (1994, p.41).

O turismo é uma atividade multidimensional, multifacetada, que influencia muitas atividades econômicas diferentes, sendo reflexo da complexidade e da gênese do fenômeno turístico. Entende-se o turismo como um fenômeno sociocultural, onde as práticas turísticas devem conduzir a ideais, a uma ética de responsabilidade e, trazendo-o para o pensamento complexo, defendido por Morin (2002), permitir ao pesquisador apropriar-se globalmente do fenômeno turístico, agregando-lhe novos significados e novas correlações teóricas. O crescimento desenfreado do turismo em nível mundial impôs análises, estudos, pesquisas no âmbito dos serviços oficiais de turismo, dos setores produtivos e, também, no campo acadêmico.

De acordo com De La Torre (1994, p.19) turismo é:

[...] um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

O fenômeno de deslocar-se e permanecer transitoriamente em outro local provoca uma cadeia de ações, onde muitos estudos ressaltam a dificuldade de defini-lo devido à enorme gama de variáveis (econômicas, geográficas, sociais, culturais, sociológicas, urbanísticas,

políticas, antropológicas e outras), que estão inter-relacionadas. São muitas as definições do que é turismo, porém poucas com conteúdo que represente a sua multiplicidade e complexidade de interfaces. Para Moesch (2000, p.9),

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produtos e serviços, cuja composição integra-se a uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico.

Moesch (2000) enfatiza os aspectos socioculturais do meio e suas práticas, numa relação que sustenta o valor humanístico que se faz presente no encontro entre visitantes e visitados, expresso nas relações sociais e nas trocas simbólicas. Distante, portanto, do turismo espetáculo, massificador e excludente, que tem, de um lado, os turistas e, do outro, os moradores.

O turismo é provavelmente o único setor de serviços que propicia oportunidades de negócios concretos para todas as nações independentemente de seu nível de desenvolvimento. Daí seu grande potencial de mercado. Considerando essas características, turismo traduz-se como uma força motriz importante para o empoderamento econômico-social, podendo também atuar como uma alavanca propulsora nos esforços à inclusão social, geração de trabalho e renda.

A definição de Turismo adotada por Leiper (1979, p.400) é que “a atividade turística consiste em todas aquelas empresas, organizações e instalações que se propõem a servir às necessidades e aos desejos específicos dos turistas” e combinam de alguma forma para proporcionar a experiência de viagem (COOPER *et al*, 2007, p. 43). Este setor é composto por estabelecimentos de transporte, hospedagem, alimentação, compras, entretenimento, locais para atividades de lazer e outros serviços de hospitalidade.

O quadro atual da economia mundial tem apontado para três grandes vetores: no plano econômico, a globalização e a conseqüente competição internacional; no plano social, a regionalização até como resposta aos efeitos da globalização econômica que obrigam os países a reduzirem seus custos e saírem do assistencialismo; no plano político, a descentralização, pois cada país, em bloco de regiões, necessita de flexibilidade para arranjar seus fatores de produção e tornar-se competitivo. Nesta dimensão global, quais os países e

regiões destacar-se-iam? Aqueles que conseguirem articular seus sistemas produtivos, com elevados níveis de competitividade, aqueles que conseguirem planejar seu potencial turístico, institucionalizando parcerias e alianças público-privadas, com instrumentos para atingir a desejada articulação em redes de cooperação produtiva, estarão consolidando o desenvolvimento sustentável e ampliando significativamente sua pauta de exportação.

No primeiro decênio do século XXI, uma realidade nova, apoiada não mais nas formas antigas de relações do homem com o espaço e a natureza, mas sim nas que exprimem os novos contextos do mundo globalizado, traz consigo uma fantástica renovação nas formas de organização geográfica da sociedade. A rede global é a forma nova do espaço.

Outros conceitos organizam-se em torno das categorizações de turistas, sendo a mais comum do turismo de massa em um extremo e algum tipo de turismo segmentado, de pequena escala, no outro; no meio dos dois, há uma variedade de tipologias que o definem. Para Cooper (2007), no primeiro caso, sobre o turismo de massa, argumenta-se que produz grande impacto sobre o destino turístico, devido aos volumes mobilizados de demanda nesta tipologia e à natureza do consumidor. Já a perspectiva oposta, de turismo alternativo ou de pequena escala, tem impacto bem mais reduzido sobre o destino, não apenas em função do tipo de consumidor envolvido, mas também porque ele irá evitar as propostas mais comerciais, adotando uma postura comprometida com o desenvolvimento e benefícios para as comunidades autóctones, a exemplo do turismo em territórios rurais.

3.1 Turismo no meio rural

O conceito oficial reconhecido pela sociedade e adotado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2003, p.11) define turismo rural como “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.

As definições sobre turismo e seus segmentos, bem como suas ramificações, são questões de aprofundamento das especificidades, às vezes da demanda que corresponde a segmentação, a exemplo do turismo para a terceira idade, e de acordo com o perfil da oferta e do produto, a exemplo o turismo rural, o turismo cultural, o turismo náutico e assim por diante. Tratando-se da microrregião da Quarta Colônia – no eixo Santa Maria/RS, optamos por considerar a categoria de Turismo no Meio Rural como a macro, ou seja, considerando

que ela abarca todas as atividades e segmentos de turismo que ocorrem neste território rural, a exemplo: turismo rural, agroturismo, turismo de eventos, turismo religioso, turismo técnico-científico, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitário, enfim, contemplando a diversidade de possibilidade que se apresentam nesses pequenos municípios rurais que compõem a microrregião da Quarta Colônia.

Assim, tomamos a interpretação do turismo no meio rural na conjunção e na interligação com o meio urbano; exemplificando: nos municípios rurais consideramos os atrativos turísticos da sede do município na composição da oferta turística rural. Uma festa regional da Quarta Colônia que atrai visitantes, aqui considerada no contexto do turismo no meio rural, porque a cultura dos habitantes, o seu modo de vida, as suas manifestações na sede não estão descoladas do meio rural do município. Seguido esse entendimento de municípios rurais, não se pode comparar a sua estrutura urbana com a complexidade de capitais e áreas metropolitanas que se promovem no segmento do turismo urbano. Assim, tem-se a evolução de uma visão dicotômica de turismo rural e urbano, ou seja, contrariando o entendimento do que está no urbano é do turismo urbano e, no rural, do turismo rural, para uma visão integradora do desenvolvimento territorial através do turismo no meio rural. A diferença entre o espaço urbano e o espaço rural cada vez mais estreita-se, principalmente, devido ao avanço das tecnologias. O homem contemporâneo, ao mesmo tempo em que se distancia, busca o reencontro com a natureza e com as suas origens, ocorrendo um “reencantamento” e uma “resignificação” do espaço natural (IRVING; AZEVEDO, 2002).

As políticas públicas incorporam o enfoque do desenvolvimento territorial de maneira a integrar os recortes espaciais para surtir o efeito da importância de mudanças em nível nacional e internacional, assim, também em virtude das transformações ocorridas no meio rural brasileiro nos últimos anos. O Estado intervém com políticas públicas para suprir necessidades como as de planejamento, organização e gestão dos territórios, tornando-se, então, um agente de mudança social, e, assim, incentiva a cooperação e as coletividades na busca de desenvolvimento.

Para Graziano da Silva (1997), já não se pode mais caracterizar a dinâmica do meio rural brasileiro como determinada exclusivamente pela sua dimensão agrícola, uma vez que o comportamento do emprego rural não pode mais ser explicado apenas a partir do calendário agrícola, da expansão/retração das áreas e da produção agropecuária. Há um conjunto de atividades não agrícolas que responde cada vez mais pela nova dinâmica populacional do meio rural brasileiro.

O turismo apresenta-se como uma das principais atividades potenciais a serem desenvolvidas nos territórios rurais (ALMEIDA; FROEHLICH; RIEDL, 2004). Sendo assim, o turismo rural é uma atividade não agrícola que está em crescimento, propiciando a dinamização social e econômica de diversos territórios rurais, podendo ser considerado como parte das estratégias de desenvolvimento territorial no meio rural. A possibilidade de agregação de valor aos produtos e serviços gerados nas propriedades agrícolas e empreendimentos rurais, a revalorização do modo de vida, a criação de postos de trabalho, a valorização de manifestações culturais e da história dessas regiões têm sido fatores determinantes para o fortalecimento deste segmento.

O turismo rural é a denominação dada ao deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para a fruição dos cenários e instalações rurícolas – neste sentido, alguns autores valem-se da expressão turismo no meio rural para incluir também o agroturismo. Mas, em nosso entender, o turismo rural tem características próprias e bem definidas. Em termos de permanência e utilização de equipamentos, tanto pode apresentar instalações de hospedagem em casa de antigas colônias de trabalhadores e imigrantes, resignificadas em pousadas, como sedes de fazendas e casas de engenho dos ciclos agropecuários do país, que tipificam o patrimônio histórico-arquitetônico.

As origens do turismo em territórios rurais podem ser identificadas em duas vertentes: a primeira está nas experiências já consolidadas em vários países e também no Brasil, consubstanciadas no desenvolvimento de uma oferta de serviços de lazer e hospedagem, em propriedades rurais produtivas, mediante a introdução da fruição e visitação turística como alternativa de aumento de renda das propriedades. A segunda vertente reside nas casas de propriedades não produtivas que possuem amplas instalações receptivas, algumas de valor histórico e arquitetônico que, adaptadas, permitem absorver parte de uma demanda diferenciada. Ainda, nesta vertente, incluem-se modernos hotéis-fazenda e acampamentos de férias, para jovens e idosos, especialmente edificadas nas áreas rurais de destacado valor cênico paisagístico. Observa-se também que o turismo no meio rural vem sendo considerado como alternativa de substituição viável às áreas turísticas em processo de saturação, principalmente em países europeus de longa tradição receptiva.

Agroturismo é a denominação dada ao deslocamento de pessoas a espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e observação, vivência e participação nas atividades agropastoris. Destacam-se, aqui, dois grandes aspectos que distinguem esse segmento do turismo rural. O primeiro é a produção agropastoril em escala econômica, que representa a maior fonte de rendimento da

propriedade, e o turismo, receita complementar. O segundo é que as próprias propriedades agropastoris constituem em si mesmas o principal diferencial temático. Neste caso, os turistas, para viver a autêntica experiência da vida do campo e a ruralidade, poderão ou não participar da rotina diária dos afazeres produtivos da propriedade. É importante destacar, aqui, que a atividade turística deve obedecer a parâmetros de ocupação conforme a capacidade de carga e suporte das atividades produtivas da propriedade, sujeitas ainda ao plano de manejo e monitoramento, caso contrário, comprometerá a quantidade e a qualidade do produto, considerando que a “intromissão” do visitante, em seu desejo natural de querer saber sobre métodos e técnicas de manufatura, ou de manejo da criação de animais, muitas vezes, interfere na relação de trabalho, provocando atrasos ou comprometimentos do bem produzido. Já as instalações e equipamentos mantêm-se na forma original, tal qual utilizada por proprietários e trabalhadores e, se ampliadas para adicionalmente acomodar os visitantes, deverão conservar as mesmas características arquitetônicas do entorno.

No que diz respeito à modalidade do turismo rural, agregada às atividades agrícola e pecuária, surge como uma opção de renda para os proprietários rurais. Esta alternativa consiste em aproveitar as propriedades rurais como atrativo turístico e satisfazer as motivações de necessidade e de desejo de estar em contato com o ambiente natural e/ou resgatar raízes culturais de antepassados do meio rural ou, ainda, simplesmente, conhecer e contemplar o cotidiano daqueles que habitam o meio rural.

Considerando tais concepções, ressalta-se que uma das premissas para compreender o turismo rural é retratar o espaço de vivência da ruralidade, terminologia que se refere às práticas do homem do meio rural. Segundo Zimmermann (1996), os fatores a serem considerados no estudo do turismo rural são a oferta integrada de recursos e atividades, a relação dos turistas e o entorno autóctone, a fruição da paisagem e as instalações rurícolas, a arquitetura típica do meio rural, as propriedades produtivas ou não, o resgate de origens culturais, a autenticidade, a harmonia ambiental e o atendimento familiar.

O turismo rural desenvolve-se tanto em propriedades produtivas como em propriedades não produtivas, que possuem instalações receptoras com condições ambientais. As paisagens edificadas, muitas delas de valor histórico, patrimonial e arquitetônico, compõem, com a paisagem natural, um cenário propício para o turismo rural. As condições ambientais referem-se à organização dos espaços. Devem-se tomar determinados cuidados especiais com a infraestrutura básica das propriedades rurais: criar boas condições de acesso e que essas sejam bem sinalizadas; viabilizar o fornecimento de água potável; cuidar do destino das águas servidas; recolher e destinar bem o lixo; dispor de energia e comunicação. Estes são

aspectos importantes para propiciar o mínimo de conforto para o hóspede e, conseqüentemente, virá a beneficiar seus próprios habitantes.

O turismo rural pode oferecer atividades da vida cotidiana do homem do campo, tais como: caminhadas por trilhas, cavalgadas, ordenha das vacas, manejo com os animais, preparo da terra para o plantio, participação na colheita, comercialização do artesanato local, participação nas festividades regionais, folclóricas, de dança, de música ou de gastronomia, entre outras.

O conceito oficial de turismo rural traz o comprometimento com a produção agropecuária na busca do vínculo com as coisas da terra. Mesmo que as práticas eminentemente agrícolas não estejam presentes em escala comercial, tal posicionamento é representado pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato e pelo modo de vida típico de cada população rural.

Entretanto, o turismo rural não representa a solução para os problemas do campo, da agricultura, do êxodo rural, mas, com certeza, pode contribuir com o desenvolvimento das localidades. Ele traz benefícios econômicos para proprietários rurais (complemento da renda), os aspectos socioculturais são valorizados pelos visitantes, elevando a autoestima das comunidades rurais e, ainda, os aspectos ambientais precisam ser considerados, na preservação dos recursos naturais, com manejo para o uso de tais recursos, atrelado ao comprometimento com a sustentabilidade do meio rural.

Assim, os gestores desse segmento deverão preservar os recursos naturais, estimular uma estrutura social sadia nas comunidades, promover uma excelente qualidade de vida e de repouso para os visitantes e estimular o potencial da valorização econômica do meio rural. Para a implantação do turismo no meio rural é preciso articular a integração de vários aspectos do ambiente, protegendo a cultura e as características das comunidades receptoras, as paisagens e o *habitat*, e a economia rural, com vistas ao crescimento em longo prazo da atividade turística (ALMEIDA; RIEDL, 2000).

Dentro destas perspectivas, o turismo rural vem se destacando como atividade valorativa no meio rural, ficando evidente a importância em estabelecer políticas públicas que venham contribuir com o desenvolvimento do turismo no meio rural.

Os impactos turísticos nas localidades receptoras têm sido palco de discussões nas pesquisas sobre as diversas modalidades de turismo que ocorrem no ambiente rural, onde muitas propostas têm surgido no sentido de minimizar tais impactos e agressões ao meio

natural. O turismo é uma atividade dinâmica, onde os impactos e suas consequências mudam constantemente; assim, seu monitoramento periódico torna-se uma necessidade constante.

Todavia, as intervenções do turismo não se traduzem na agressão ou degradação do meio ambiente natural, ou seja, a atividade turística não pode ser responsabilizada por todos os efeitos negativos e agressões à natureza, muitas vezes causados pelo sistema econômico predatório, de elevado nível de industrialização e descomprometido com o ambiente natural.

O turismo, por meio de um desenvolvimento sustentável, deve ponderar a gestão de todos os ambientes, os recursos e as comunidades receptoras, de modo a atender às necessidades econômicas, sociais, vivenciais e estéticas, enquanto a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais e a diversidade biológica dos meios humanos e ambientais são mantidos através dos tempos (RUSCHMANN, 1997).

As práticas turísticas no meio rural podem ser desenvolvidas sem que haja uma depredação, de forma controlada, com planos de manejo e, ainda, atuando na restauração de áreas subutilizadas. Assim, desenvolvem-se maneiras de uso que atinjam as necessidades dos visitantes, não somente no aspecto de uma beleza paisagística ou na esfera da estética que este espaço natural possui, mas contemplando as necessidades essenciais e culturais das comunidades locais.

Para tanto, Beni (2006) indica algumas medidas que devem ser adotadas para o desenvolvimento sustentável do turismo. São elas: educação ambiental, capacitação profissional, estudo de impacto ambiental, plano de manejo e controle ambiental. Além disso, faz-se necessário que as ações ocorram na parceria entre a comunidade, os governos locais e os empresários frente à busca de soluções para os impactos causados pelo turismo desordenado.

3.2 Sistemas e modelos de interpretação do turismo

Um dos fundadores da Teoria Geral de Sistemas foi Bertalanffy (1973), autor que contribui para as bases iniciais da concepção de sistema. Sua concepção é de que sistema compreende qualquer unidade onde o todo é maior do que as partes, sendo um todo integrado cujas propriedades não podem ser reduzidas às suas propriedades.

Bertalanffy (1973) reconheceu que as leis da Física não poderiam ser aplicadas igualmente na Biologia e na sociedade humana; por isso, ele postulava novas categorias do

pensamento científico, com leis que pudessem ser aplicadas também nas Ciências Sociais. Ele postulou a criação de uma teoria que lidasse com os sistemas abertos, que não estão em equilíbrio, onde eles poderiam ser de qualquer natureza, e a sua teoria geral pretendia ser interdisciplinar. Ela permite analisar cada um desses sistemas de forma total, o sistema unido, ou dividi-lo em partes para facilitar sua compreensão e seu estudo.

Um sistema define-se como um complexo de elementos em interação de natureza holística, ordenada e não fortuita. A Teoria Geral dos Sistemas é interdisciplinar, isto é, pode ser utilizada para fenômenos investigados nos diversos ramos tradicionais da pesquisa científica. A aplicação do pensamento sistêmico, segundo Kast; Rosenzweig (1987) tem uma particular importância para as Ciências Sociais, além de apresentar um estreito relacionamento entre a teoria e sua aplicação a diversas áreas do conhecimento humano. É uma abordagem que tem como princípios a integralidade e a auto-organização, explica os fenômenos a partir da percepção, de forma mais sinérgica; tornando plausível a ideia de uma mesma variável significar, ao mesmo tempo, causa e efeito, podendo influenciar e ser influenciada; portanto, uma análise não linear e não determinística.

Na defesa da importância da utilização da teoria sistêmica como paradigma de análise do sistema turístico, Panosso Netto afirma: “[...] sistema de turismo é um paradigma nos estudos turísticos porque a visão sistêmica tem grande difusão, abrangência e utilização nos estudos dessa área [...]” (PANOSSO NETTO, 2005, p. 44). De acordo com Molina (2001), sua aplicação ao Turismo é essencial, pois permite compreender as relações que impulsionam o seu desenvolvimento e suas consequências.

Para Beni (1998), o Sistema Turístico é aberto, realiza trocas com o meio que o circunda e, por extensão, é interdependente, nunca autossuficiente. Ou seja, o Turismo influencia e é influenciado pelas localidades onde se desenvolve, possibilitando, assim, sua existência no tempo e no espaço. Por ser um sistema aberto, o estudo do processo de interdependência e de inter-relação de seus elementos e componentes, em muitos casos, é muito mais apropriado para a compreensão do que a explicação de fragmentos isolados.

A definição de sistema compreende um conjunto de partes que interagem entre si para alcançar um determinado fim, que, em concordância com um plano ou um conjunto de princípios, ordenados como o propósito de explicar ou dirigir o funcionamento como um todo na concepção sistêmica, os itens de meio ambiente, elementos ou unidades, relações, atributos, entrada, saída, realimentação e modelo são componentes essenciais para a definição de um sistema. O modelo referencial da concepção sistêmica do turismo de Beni (figura 1) é constituído na inter-relação entre os 3 (três) grandes conjuntos: 1) Conjunto das Relações

Ambientais; 2) Conjunto da Organização Estrutural; e 3) Conjunto das Ações Operacionais. (BENI, 1998).

O Conjunto das Relações Ambientais compreende as questões do meio como um todo, na esfera ambiental, social, cultural e econômica. Ele está fora do SISTUR porque é mais amplo que a atividade turística, contemplando as questões macro, porém o ambiente determina em parte o funcionamento do sistema. Atividade turística é apenas uma parte do sistema econômico ou, ainda, as questões ecológicas são maiores do que o uso turístico dos recursos naturais.

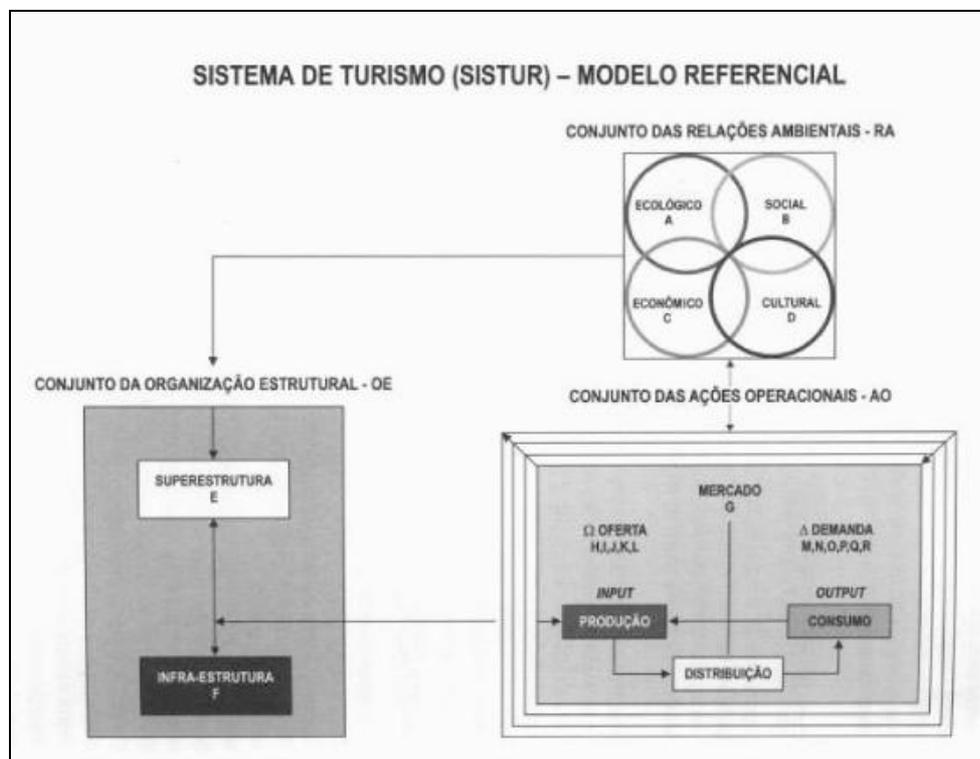


Figura 1: Representação do Sistema de Turismo – SISTUR
Fonte: Beni, 1998.

A superestrutura e a infraestrutura fazem parte do Conjunto da Organização Estrutural do SISTUR. A superestrutura diz respeito à política oficial de turismo e à sua ordenação jurídico-administrativa. Em âmbito nacional, corresponde ao Plano Nacional de Turismo e ao Ministério do Turismo. Contemplam, também, as questões de infraestrutura que são de responsabilidade do Estado, atendendo tanto aos turistas quanto aos moradores dos destinos turísticos, tais como os serviços de saneamento básico, água, coleta de lixo, energia elétrica,

iluminação pública, limpeza, transporte coletivo, comunicações, manutenção dos espaços públicos, entre outros. A infraestrutura fornece condições subsidiárias para implementação e desenvolvimento do turismo em determinada localidade, o que contribui para o seu funcionamento e operação. Apesar de não se restringir somente a essa questão, o Poder Público tem, na infraestrutura, um campo de atuação para a consolidação do turismo.

Para completar a tríade do SISTUR, o terceiro é o Conjunto das Ações Operacionais, que se ocupa de representar a atividade turística em si, do mercado turístico, o qual é composto pela oferta turística, nas suas relações com a produção, distribuição, o consumo e, enfim, a demanda turística. Segundo Beni (1998, p.39), “o homem se situa no centro de todos os processos que nascem do turismo [...]”. O objeto do turismo é representado pelos atrativos, equipamentos e serviços colocados à disposição para a satisfação do sujeito do turismo, que é o homem, o visitante/turista. Sendo assim, esses elementos são os que constituem a oferta turística. Já no mercado turístico, há três questões centrais: o que produzir, como produzir e para quem produzir.

A definição da oferta turística compreende o conjunto de recursos naturais ou culturais que impulsiona o fluxo de visitantes, somando-se aos equipamentos e serviços e também à infraestrutura que o destino dispõe para o consumo dos turistas. É importante registrar que somente o conjunto de atrativos não garante o fluxo turístico. Conseqüentemente, a permanência do turista no local é variável.

Os equipamentos e serviços turísticos são constituídos pelos estabelecimentos geradores de serviços essenciais ao atendimento das necessidades dos turistas: hospedagem, alimentação, entretenimento e diversão, compras, locais para realização de encontros científicos, empresariais, desportivos e outros.

Os atrativos turísticos são os recursos naturais e culturais de uma dada localidade que são colocados à disposição dos turistas; têm natureza e funções diversas e múltiplas e devem ser potencializados para a consolidação do turismo. A gestão dos atrativos é questão fundamental, uma vez que os recursos devem ser explorados, respeitando a sua natureza e pressupondo a sua manutenção. Tal potencial turístico requer um planejamento que tenha como princípio a sustentabilidade ambiental, sociocultural e econômica para que seja garantido o uso para as gerações futuras e desfrutado pela comunidade local. Para este estudo, serão considerados os atrativos histórico-culturais e os eventos programados.

Outro modelo de interpretação do turismo é o de Leiper (1979, atualizado em 1990), apud Cooper (2007) conforme representação gráfica da figura 2. Ele considera as atividades dos turistas, delimita a localização dos setores da cadeia produtiva e o elemento geográfico

inerente a toda viagem, sendo: 1) o turista, enquanto ator que vive a experiência que será lembrada e desfrutada; 2) os elementos geográficos, subdivididos em três: a região emissora de viajantes, o destino turístico e a região de trânsito; 3) o setor turístico, como uma gama de empresas e de organizações envolvidas em apresentar o produto turístico (os agentes de viagens e as operadoras turísticas encontram-se especialmente na região emissora; os atrativos e o setor de hospitalidade encontram-se na região destino; e o setor de transporte tem uma grande representação na região das rotas de trânsito).

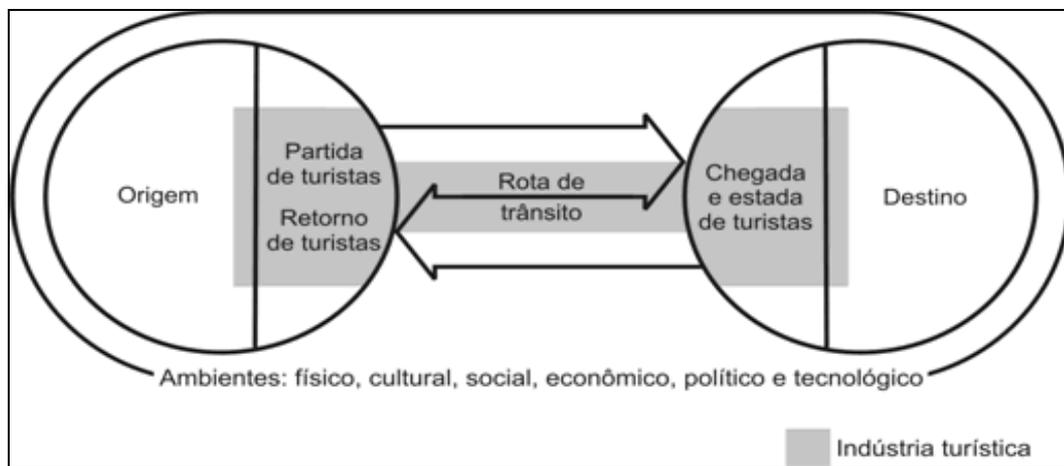


Figura 2 - Modelo de Leiper (1990)
Fonte: Cooper (2007)

Para que ocorra o fluxo turístico é preciso que os territórios disponham de infraestruturas como estradas de acesso e rede de transporte interno para a realização de *transfers*. A compreensão dos fluxos turísticos entre diferentes mercados emissores e destinos turísticos é um aspecto importante no âmbito da demanda turística. Esses fluxos são complexos e determinados por uma gama variada de fatores, que incluem a proximidade geográfica, o movimento comercial histórico, os laços culturais, entre outros.

Na concepção do fenômeno do turismo de Hall (2001), a leitura dá-se na perspectiva da experiência turística, na inter-relação da oferta e da demanda turística e, ainda, na compreensão dos impactos do turismo nas localidades conforme representação do modelo (figura 3).

Para Cooper (2007), as definições conceituais de demanda variam de acordo com a perspectiva de cada autor. Por exemplo, para os economistas, a demanda é a relação da

quantidade de qualquer produto ou serviço que as pessoas desejam e têm condições de comprar por determinado valor, em um conjunto de preços possíveis, durante um determinado período de tempo. Para os psicólogos, a demanda constitui-se por meio da motivação e do comportamento; já para os geógrafos, ela é definida pelo número total de pessoas que viajam ou que gostariam de viajar, para utilizar instalações e serviços em lugares afastados de seus locais de trabalho e de residência.

Outra classificação é considerar a demanda real ou efetiva, e a reprimida. A efetiva considera o número real de pessoas que participam do turismo ou que estão em viagem, ou seja, os turistas de fato. A maioria das estatísticas de turismo refere-se a esse tipo de demanda. Já a reprimida é composta por aquela porção da população que, por alguma razão, não viaja. Conforme afirma Cooper (2007), é preciso considerar que apenas um pequeno percentual da população mundial participa do turismo internacional. Mesmo com o crescimento acelerado da demanda turística no mundo inteiro, a maioria das pessoas realiza as viagens domésticas. E, por último, sempre haverá aqueles que simplesmente não desejam viajar ou que não têm condições de viajar, definidos de não demanda.

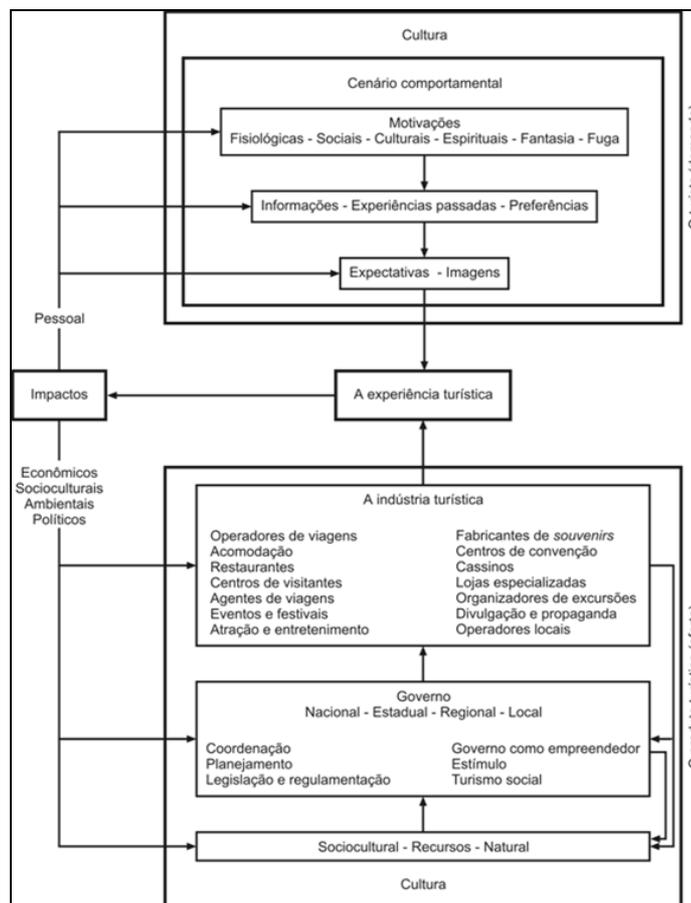


Figura 3 - Modelo de Hall
Fonte: Hall (2001)

No âmbito do comportamento do consumidor no turismo, ou seja, da demanda efetiva, Cooper (2007) apresenta, na forma gráfica da figura 4, os quatro fundamentos básicos a serem considerados: 1) energizadores de demanda: que são as forças de motivação que levam um turista a decidir visitar um atrativo turístico ou sair em férias; 2) efetivadores da demanda: o consumidor terá desenvolvido ideias sobre um destino turístico através de um processo de aprendizagem, de atitudes e de associações extraído de mensagens e de informações promocionais; 3) os papéis e o processo de tomada de decisões; 4) determinantes da demanda: o processo de tomada de decisões do consumidor em relação ao turismo apoia-se nos determinantes da demanda.

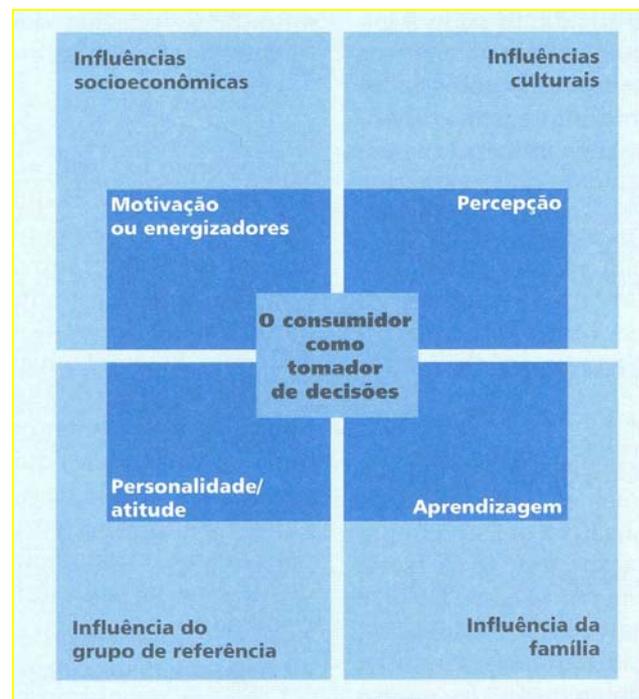


Figura 4 - O comportamento do consumidor
Fonte: Cooper (2007)

Para uma abordagem da demanda turística, alguns pesquisadores amparam-se na utilização das categorias de motivação da demanda de Dann (1981 apud Cooper, 2007). O autor indica sete elementos: 1) a viagem como resposta a uma carência; 2) a atração ao destino em resposta ao impulso motivacional; 3) a fantasia como motivação; 4) motivação por propósito interpessoal, como, por exemplo, para visitar amigos e parentes, desfrutar de atividades de lazer ou estudar; 5) motivações comportamentais; 6) motivação de experiências, autenticidades das experiências; 7) motivação como autodefinição e significado. McIntosh, Goeldner e Ritchie (1995 apud Cooper, 2007) sinalizam quatro categorias: motivadores

físicos, motivadores culturais, motivadores interpessoais (visitas a amigos e parentes, satisfazer motivos espirituais, entre outros) e motivadores de status e de prestígio.

CAPITULO 4

PERCURSO METODOLÓGICO

Neste capítulo, será apresentada a abordagem metodológica utilizada para o desenvolvimento da pesquisa, atendendo aos princípios teóricos do método sistêmico, da dinâmica de rede que requer o estudo da categoria do capital social. Faremos o detalhamento das técnicas de coleta de dados, bem como da forma de análise das informações.

4.1 O enfoque metodológico – a pesquisa quanti-qualitativa

Quanto ao enfoque metodológico, opta-se pela pesquisa quanti-qualitativa, de caráter descritivo e interpretativo, com o propósito de estudar e analisar as relações decorrentes da estrutura sistêmica do turismo em territórios rurais com a intersecção da temática do capital social, noção central na promoção do desenvolvimento territorial.

A abordagem quanti-qualitativa não é oposta ou contraditória à pesquisa quantitativa ou à pesquisa qualitativa, mas sim complementar. Uma preenche as lacunas que a outra não consegue suprir. O enfoque quantitativo utiliza a coleta e a análise de dados para responder às questões de pesquisa que demandam a medição numérica e, frequentemente, com o uso de estatísticas para estabelecer com exatidão os padrões de comportamento de uma população. Já o enfoque qualitativo, em geral, é utilizado, sobretudo, para descobrir e refinar as questões de pesquisas que se ocupam com as atitudes do cotidiano das relações sociais, como hábitos, crenças e a vivência, bem como com a maneira pela qual as pessoas relacionam-se umas com as outras, também compreendendo a organização das instituições com a intervenção da ação humana, trabalhando com questões que, de certa forma, não podem vir a ser quantificáveis. Assim, a análise qualitativa é a descoberta dos códigos sociais dos informantes a partir das falas, dos símbolos e das observações (MINAYO, 1994). Para Sampieri, Collado e Pilar (2006), ambos os enfoques, quando utilizados em conjunto, enriquecem a pesquisa, não se excluem nem se substituem, são complementares, cada um exerce uma função específica para

conhecermos um fenômeno, sendo que a combinação dos dois enfoques potencializa o desenvolvimento do conhecimento, a construção de teorias e a resolução de problemas.

Nau (1995); Grinnell (1997) apud Sampieri, Collado e Pilar (2006) referenciam modalidades diferentes em que é possível mesclar os dois enfoques, no modelo de duas etapas, no de enfoque dominante e no misto. Para esta tese, propõe-se o modelo misto, buscando a integração ou a combinação entre os enfoques, oscilando entre o pensamento indutivo e dedutivo, sob a esteira da análise sistêmica.

Como estratégia de investigação, opta-se pelo estudo de caso, o qual possibilita uma verificação nas características holísticas e significativas das problemáticas existentes, bem como os processos organizacionais e administrativos. Na concepção de Triviños (1987, p. 133):

Estudo de caso é uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Esta definição determina suas características, que são dadas por duas circunstâncias, principalmente. Por um lado, a natureza e abrangências da unidade. O estudo de caso qualitativo onde nem as hipóteses nem os esquemas de inquirição estão aprioristicamente estabelecidos, a complexidade do exame aumenta à medida que se aprofunda o assunto.

O estudo de caso delimitado para a tese contempla a microrregião da Quarta Colônia/RS/BR, no eixo Santa Maria – Quarta Colônia, tendo como recorte temporal as iniciativas adotadas no campo do turismo, em especial a partir da instituição do CONDESUS. A pesquisa de campo, observações, seguida da análise e finalizações dos dados foram feitas no período de março de 2010 a julho de 2014.

4.2 Procedimentos metodológicos

Neste estudo, foram utilizadas quatro técnicas de pesquisa: pesquisa bibliográfica e documental, observação livre, questionário e entrevista. A interpretação dos dados e a reflexão empírica sobre a problemática foi possível por meio da combinação das técnicas de pesquisa na constituição da abordagem quanti-qualitativa deste estudo. Para análise dos dados coletados, adotou-se a técnica da triangulação das informações coletadas, contemplando a concepção de Triviños (1987, p.138): “a técnica da triangulação tem por objetivo básico

abranger a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do foco em estudo [...]”.

A pesquisa bibliográfica e documental foi desenvolvida no decorrer de todo o processo investigativo. Conforme Lakatos e Marconi (2010), esta técnica deve abranger a investigação sobre a bibliografia tornada pública acerca do tema estudado e tem como finalidade proporcionar ao pesquisador um panorama sobre os debates contemporâneos. O conjunto de materiais científicos consultados foi composto especialmente por livros, documentos oficiais, teses, dissertações e artigos publicados em periódicos ou eventos, que versam sobre os temas que constituem a problemática do estudo. As categorias teóricas que cercam a problemática e nortearam a pesquisa bibliográfica foram expostas nos capítulos iniciais desta tese, em especial Turismo, Turismo no Meio Rural, Desenvolvimento, Desenvolvimento Territorial, Sistema de Turismo, Arranjos Produtivos Locais e Capital Social.

Quanto à técnica da observação livre, assistemática, foi realizada de forma individual pelo pesquisador e anotações de campo. Na interpretação conceitual de Trivinõs (1987), a observação livre é uma técnica da pesquisa qualitativa que vai além do olhar, onde se busca observar um fenômeno social em suas particularidades, estudando seus atos, significados, relações e até contradições. Também foi utilizado um caderno para anotações de campo sobre as observações livres, após entrevistas e aplicação dos questionários.

Para a coleta de dados sobre o perfil dos visitantes, foi aplicado um questionário para 133 turistas/visitantes, atores externos, que participam de eventos comemorativos da microrregião: Festa da Cuca e do Moranguinho em Agudo, edição 2012, Festival de Inverno de Vale Vêneto, em São João do Polêsine, edição 2012 (figura 6) e Festa da Abóbora em Ivorá, edição 2013 (figura 5). A amostra foi não probabilística, de forma aleatória, por acaso, aplicando o questionário com questões fechadas e abertas (apêndice 1). Na fase de tratamento dos dados quantitativos, foi feita a tabulação dos questionários no sistema SPSS, versão 15.0.



Figura 5 - Festa da Abóbora em Ivora, acervo da autora, 2013.



Figura 6 - Festival de Inverno de Vale Vêneto, acervo da autora (2012).

Para enriquecer o panorama de percepções e aprofundar nosso conhecimento sobre a realidade empírica, a entrevista foi a técnica de pesquisa aplicada junto aos atores locais (internos). A entrevista consta de encontro entre pesquisador e entrevistado que estabelecem uma conversação metódica sobre a temática estudada. Desenvolvemos entrevistas semiestruturadas, o que garantiu um caminho flexível para obter do entrevistado as informações essenciais ao estudo. Essa tipologia de entrevista possibilita ao entrevistador uma flexibilidade na reestruturação das perguntas perante um dado curioso e/ou inesperado que possa surgir durante a aplicação das questões. A entrevista semiestruturada para Trivinos: “ao mesmo tempo em que valoriza a presença do investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessária, enriquecendo a investigação” (1987, p.146).

Foram aplicados roteiros de entrevistas com 25 informantes, entre eles representantes do terceiro setor de associações, fóruns e consórcios (apêndice 2), representantes de gestores públicos municipais (apêndice 3) e empresários de pequenos negócios de serviços turísticos (apêndice 4). As entrevistas foram agendadas entre os meses de novembro de 2013 e abril de 2014 e foram gravadas para posterior compilação na íntegra. Assim, compomos uma amostra da visão dos atores internos que poderiam potencialmente compor um APL de Turismo (figura 7), conforme especificado na tabela 2.

Projeção gráfica da proposição do reconhecimento do APL de Turismo da Microrregião da Quarta Colônia

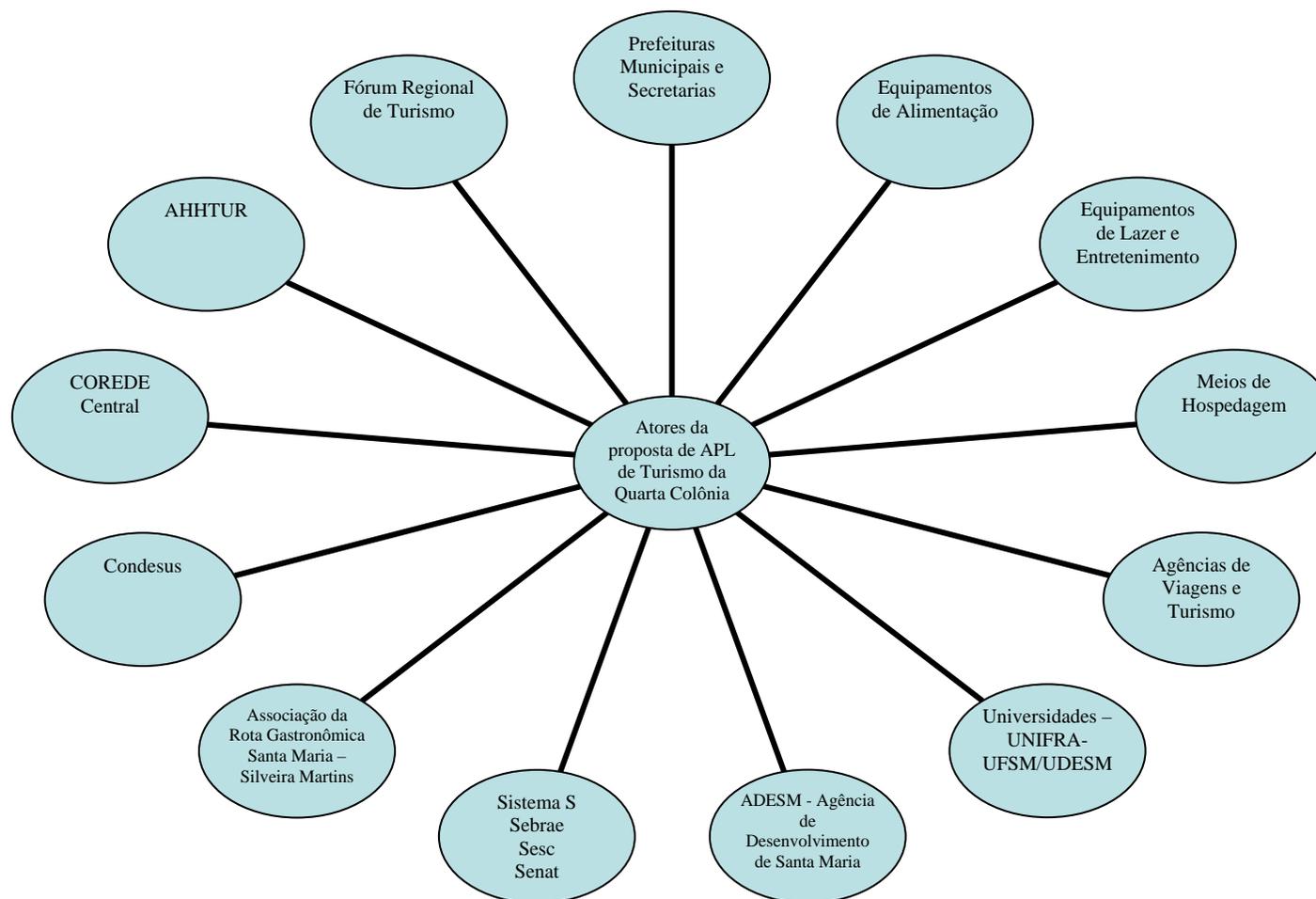


Figura 7 - Projeção dos atores da proposição do APL de Turismo da Quarta Colônia - Eixo Santa Maria - Quarta Colônia
Fonte: elaborado pela autora.

Tabela 2 - Lista dos entrevistados para a coleta de dados da pesquisa de campo

ITEM	ENTREVISTADO	CARACTERÍSTICAS
ENT 1	Empresário DN	Proprietário da Agência de Viagens e Turismo
ENT 2	Empresário FR	Proprietário da Agência de Viagens e Turismo
ENT 3	Empresário CX	Proprietário da Agroindústria
ENT 4	Empresário IR	Proprietário da Agroindústria
ENT 5	Empresário QP	Proprietário da Agroindústria
ENT 6	Empresário LO	Proprietário do Café Colonial
ENT 7	Empresário GT	Proprietário do Café Colonial e Restaurante
ENT 8	Empresário AZ	Proprietário da Pousada
ENT 9	Empresário JG	Proprietário da Pousada
ENT 10	Empresário BY	Proprietário do Restaurante
ENT 11	Empresário EW	Proprietário do Restaurante
ENT 12	Empresário HS	Proprietário do Restaurante
ENT 13	Empresário MN	Proprietário do Restaurante
ENT 14	Político AF	Prefeitura de São João do Polêsine
ENT 15	Político BG	Secretaria de Turismo de Santa Maria
ENT 16	Político CH	Secretaria de Cultura, Desporto e Turismo de Dona Francisca
ENT 17	Político DI	Prefeitura de Dona Francisca – Presidência do CONDESUS
ENT 18	Político EJ	Secretaria de Cultura e Turismo de Silveira Martins
ENT 19	Associação dos Hotéis, Restaurantes e Agências de Viagens e Turismo de Santa Maria AHTURR	Presidente da AHTURR
ENT 20	ADESM	Técnico da Agência de Desenvolvimento de Santa Maria
ENT 21	Associação da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria e Silveira Martins	Presidente Executivo da Rota
ENT 22	CONDESUS	Secretário Executivo do CONDESUS
ENT 23	COREDE Central	Presidente do Conselho Regional de Desenvolvimento da Região Central
ENT 24	Fórum Regional de Turismo	Presidente do Fórum. Curso de Turismo da UNIFRA
ENT 25	SEBRAE	Técnico do SEBRAE – Regional Santa Maria

Fonte: elaborado pela autora a partir do agendamento das entrevistas

Com o propósito de auxiliar na análise dos dados e na compreensão da dimensão do capital social da microrregião, tomamos como referência o conjunto de indicadores adotados pelo Banco Mundial (WORLD BANK, 2004), no seu Questionário Integrado para Medir Capital Social (QIMCS)¹⁰, o qual contempla a explicitação do caráter multidimensional do termo e a intenção de, através dele, captar as suas facetas, para a construção do modelo do roteiro de entrevista aplicado junto a alguns gestores públicos, empresários e representantes de instituições dos diversos segmentos envolvidos com o turismo na Quarta Colônia. Os referidos indicadores são: Confiança, Cooperação e Ação Coletiva, existência e participação em Redes e Associações, Informação, Comunicação e Capacitação.

O elemento Confiança busca o registro de dados sobre a confiança em relação à comunidade local, parceiros, prestadores de serviços e estranhos. Para a leitura dos elementos de Cooperação e Ação Coletiva, busca-se explorar como os agentes têm trabalhado, ou não, com outras pessoas e instituições, no estabelecimento de parcerias para seus negócios e, também, em projetos da comunidade.

Já nos itens Redes e Associações, os questionamentos consideram a natureza e a extensão da participação dos potenciais membros da APL de Turismo em vários tipos de organizações sociais e redes formais e informais, associações, grupos, com vistas a abarcar a gama de contribuições que se dá e recebe entre eles; averiguando também as vantagens e desvantagens de fazer parte de uma rede deste âmbito.

Com relação à Informação e Comunicação, entendemos que o acesso à informação está sendo cada vez mais reconhecido como central para ajudar no desenvolvimento de APLs. São elementos que exploram as formas e meios pelos quais os potenciais membros do APL recebem informações sobre as condições de mercado e o acesso à infraestrutura de comunicações. A Capacitação ocupa-se de averiguar qual é a atenção dada à capacitação de recursos humanos em prol de melhorias na qualidade dos serviços prestados aos visitantes e moradores locais.

¹⁰ O referido (QIMCS) destina-se a gerar dados quantitativos sobre as várias dimensões do capital social, porém, para nossa pesquisa, utilizaremos tais indicadores para a constituição de categorias operacionais que nortearão o roteiro das entrevistas, considerando o caráter qualitativo da nossa perspectiva metodológica junto aos atores de desenvolvimento do turismo e a dimensão da nossa amostra. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/15033/281100PAPER0Measuring0social0capital.pdf?sequence=1>, acessado em 22 de outubro de 2013.

4.3 Delimitação empírica: a Quarta Colônia

Justifica-se o recorte empírico, particularmente no eixo Santa Maria - Quarta Colônia, partindo da concepção de que Santa Maria é a cidade polo e tem a sua importância pela atratividade turística, infraestrutura e logística da cidade, compondo com naturalidade o receptivo na região da Quarta Colônia, traçando a sua trajetória no âmbito do turismo, em especial nesta última década, com a institucionalização de roteiros e rotas turísticas: Roteiros Turísticos Integrados da Quarta Colônia (2002) e Rota Turística e Gastronômica Santa Maria - Silveira Martins (2005). No contexto histórico, o município de Santa Maria tem também seu desenvolvimento atrelado à microrregião da Quarta Colônia - RS, especialmente no que diz respeito à imigração italiana, conforme breve histórico a seguir.

4.3.1 Breve histórico da microrregião

De acordo com De Boni; Costa (1982), o fluxo de emigrados italianos para a América aumentou em progressão geométrica a partir da década de 80 do século XIX. Foi nessa época que chegaram ao Rio Grande do Sul as primeiras levadas de imigrantes italianos. Assim como os imigrantes italianos, alemães, poloneses e açorianos também ocuparam o solo rio-grandense e têm sua importância na formação do Estado.

As duas primeiras colônias criadas pelo Presidente da Província de São Pedro do Rio Grande do Sul, em 1870, foram “Dona Isabel (que a República rebatizou posteriormente como Bento Gonçalves) e Conde D’Eu (Garibaldi), localizadas na Serra Geral, ao longo do caminho que levava do Rio Maratá ao Rio das Antas” (DE BONI; COSTA, 1982, p.72). Dois anos depois, o governo imperial retomou para si a colonização das duas colônias já referenciadas, que continuavam quase sem ocupação, além de ter criado a terceira colônia, denominada Fundos de Nova Palmira (que depois passou a ser chamada de Caxias) e a quarta, com o nome de Silveira Martins (DE BONI; COSTA, 1982).

A Colônia de Silveira Martins, localizada na região central do Rio Grande do Sul, é, hoje, reconhecida como Quarta Colônia. A data exata da chegada da primeira leva de imigrantes italianos ainda não é consensual, mas ocorreu entre os anos de 1877 e 1878. Santin (1986) assinala que essa colônia abrigou o contingente de imigrantes tratado com mais descaso pelas autoridades provinciais, tanto na Itália, quanto na chegada dos imigrantes ao

Brasil. Os imigrantes foram, inicialmente, instalados no barracão de Val de Buia, e somente a partir da morte de 400 pessoas, vitimadas por uma doença desencadeada pelas péssimas condições de higiene no barracão (ZANINI, 2006) que se aceleraram as providências para a demarcação das terras.

De acordo com Santin (1986, p. 22), “Santa Maria não registra em seus anais nenhuma iniciativa para socorrer os miseráveis pestilentos”. Além do descaso dos gaúchos e das autoridades da Província com os recém-chegados, a colônia de Silveira Martins ficou ainda mais isolada pela falta de conexão geográfica com os demais núcleos de imigrantes.

Santin (1986, p. 23) relata ainda que “Silveira Martins foi a quarta colônia fundada em 1877 por decreto imperial, destinada a receber imigrantes italianos com o objetivo de povoar uma área devoluta pertencente ao governo imperial, seguindo a mesma política de ocupação das demais colônias”. Fato é que as primeiras quatro levas somaram 1500 imigrantes, que, superado este estágio crítico, fora traçada sua primeira sede e as terras foram sendo demarcadas e, aos poucos, com trabalho e organização, a colônia passou a desenvolver-se.

Ao receber os lotes, os colonos também recebiam suas ferramentas de trabalho e sementes para iniciarem o cultivo (ZANINI, 2006). Apesar dos relatos empolgantes após a primeira visita da Corte, que descreviam situação privilegiada da colônia frente às coirmãs, o ritmo de desenvolvimento não acompanhou o das demais (SANTIN, 1986). Diante de todos esses aspectos, a religiosidade tornou-se um elemento importante para a manutenção e renovação das esperanças de prosperidade. Não apenas o catolicismo, mas também as superstições e a crença em forças sobrenaturais. Isto explica a construção de capelas e monumentos religiosos, pois diante da sensação de abandono quando da sua chegada, acreditavam mais na força divina do que na fraternidade humana (SANTIN, 1986).

Em 1888, Silveira Martins deixa de ser colônia e seu território é subdividido entre as cidades de Santa Maria, Júlio de Castilhos e Cachoeira do Sul. Desde os primórdios da ocupação italiana na ex-colônia de Silveira Martins, houve um grande movimento migratório para os distritos do município de Santa Maria, em especial Arroio Grande e Estação Colônia (atual bairro Camobi), principalmente pela proximidade das vias pelas quais o trem passava e pela busca por melhores condições de vida. Silveira Martins permaneceu distrito de Santa Maria até 1987, quando da sua emancipação (ZANINI, 2006).

4.3.2 Aspectos geográficos e populacionais

O território da Quarta Colônia (figura 8), situado na Região Central do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, na atualidade é formado por 9 municípios a saber: São João do Polêsine, Faxinal do Soturno, Silveira Martins, Nova Palma, Ivorá, Pinhal Grande, Dona Francisca, Agudo e Restinga Sêca, totalizando uma população, conforme o IBGE (2010), de 60.697 habitantes (tabela 3).

O clima predominante nessa região é o subtropical, onde a temperatura no verão é, em média, entre 23 e 25°C, e no inverno a média está entre 14 e 15°C. A Quarta Colônia fica entre os vales e encostas da Região Central do Estado.

Tabela 3 - Número de habitantes dos municípios da Quarta Colônia/RS

Município	1980			1991			2000			2010		
	Total	Rural	%	Total	Rural	%	Total	Rural	%	Total	Rural	%
Agudo	15.658	13.266	84,7	16.718	13.307	79,6	17.444	11.789	67,6	16.729	9.835	58,8
Dona Francisca	3.121	2.107	67,5	3.586	1.641	45,8	3.893	1.578	40,5	3.401	1.255	36,9
Faxinal do Soturno	8.782	5.392	61,4	9.084	4.473	49,2	6.826	2.737	40,1	6.672	2.497	37,4
Ivorá	*	*	*	2.563	1.967	76,7	2.495	1.797	72,0	2.156	1.451	67,3
Nova Palma	8.030	6.595	82,1	7.656	5.571	72,8	6.305	3.646	57,8	6.345	3.262	51,4
Pinhal Grande	*	*	*	**	**	**	4.725	3.219	68,1	4.471	2.576	57,6
Restinga Seca	14.435	9.820	68,0	15.242	8.549	56,0	16.400	8.213		15.850	6.867	43,3
São João do Polêsine	*	*	*	**	**	**	2.742	1.684	61,4	2.635	1.281	48,6
Silveira Martins	*	*	*	2.380	1.643	69,0	2.566	1.527	59,5	2.452	1.361	55,5

Fonte: Censo IBGE (1980; 1996; 2000; 2010) * Municípios emancipados após 1980.

** Municípios emancipados após 1991.

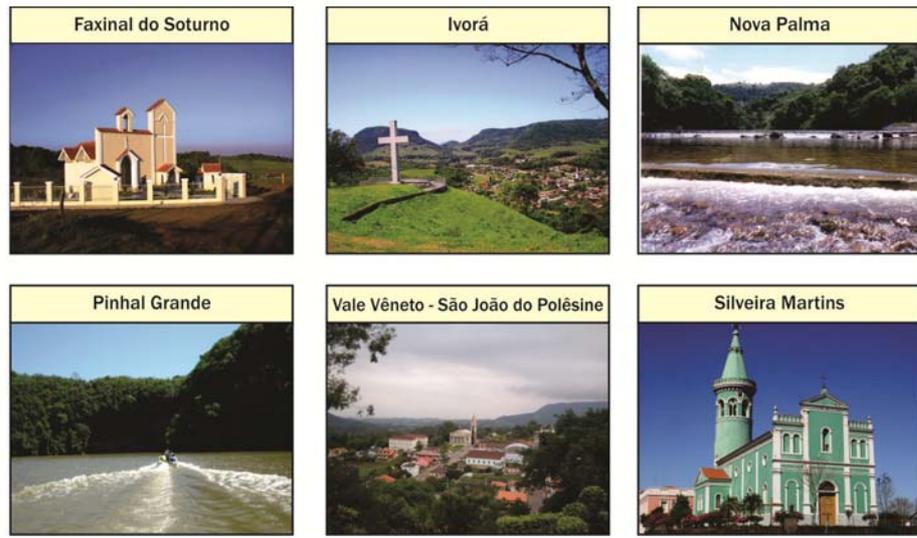
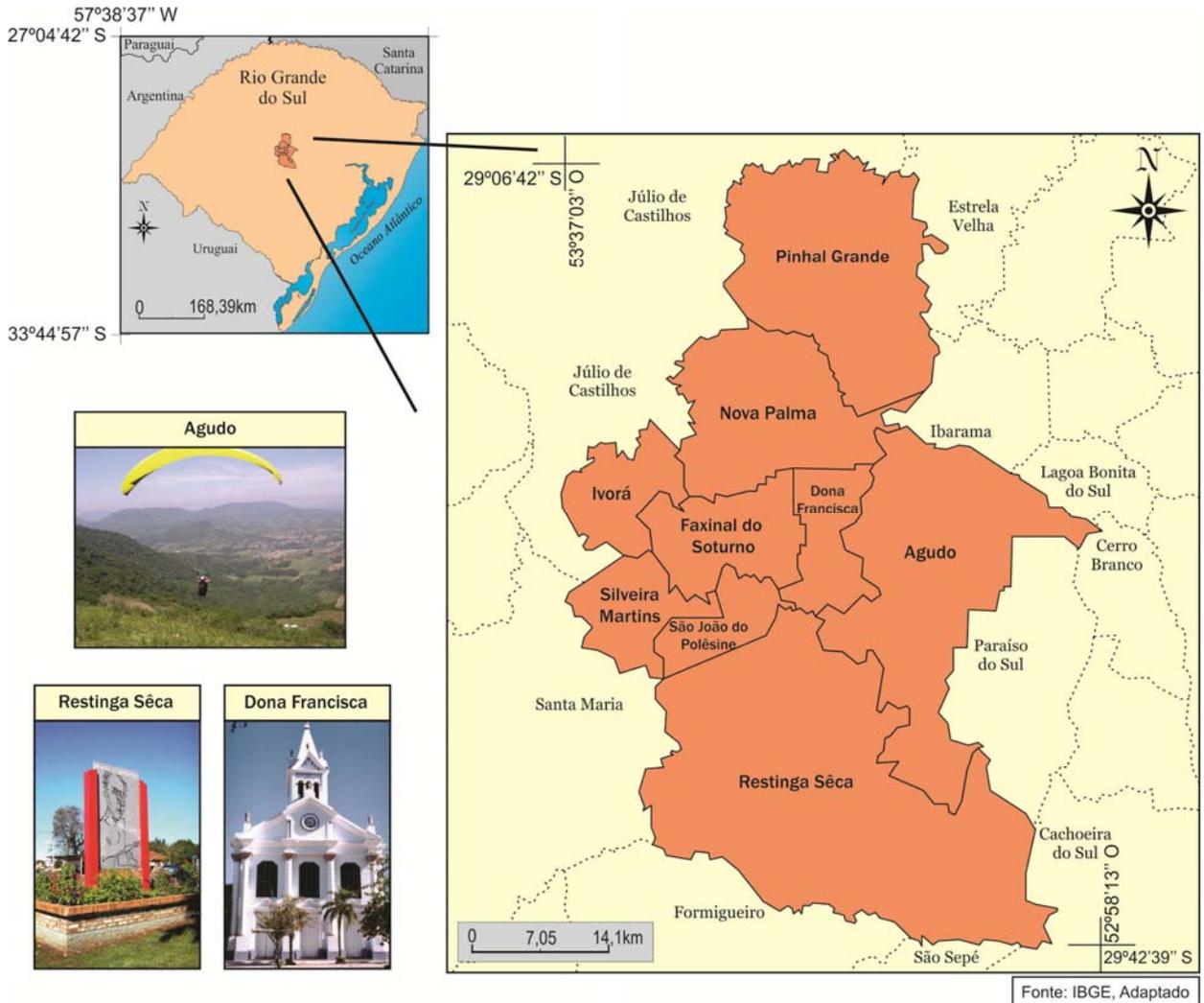


Figura 8 - Mapa do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil e os municípios que compõem a Quarta Colônia. Fonte: Mapa adaptado do IBGE. Fotografias do acervo do Laboratório de Turismo da UNIFRA (2007-2013).

4.3.3 Principais atividades econômicas

A base econômica da região é o setor primário, a maioria dos seus habitantes trabalha na agricultura, especialmente no cultivo de arroz, soja, fumo e milho e, ainda, com o beneficiamento de produtos nas agroindústrias.

A atividade agroindustrial caseira é parte integrante do cotidiano dos agricultores familiares, principalmente em regiões coloniais e compreende todos os produtos agropecuários beneficiados. Apresenta-se como um importante vetor social e econômico, pois se ocupa da mão-de-obra familiar e seus produtos, além de serem consumidos pela família, têm a possibilidade de gerar ou complementar a renda. A produção agroindustrial também é um componente do modo de vida local, desenvolvida em pequena escala, com diversificação em seus produtos.

Uma estratégia de desenvolvimento da agricultura familiar é evitar a perda do caráter artesanal de produção, pois é somente o produto diferenciado que pode sustentar o turismo. Segundo Silveira e Heinz (2008), quando se fala na forma artesanal de produzir, é necessário ressaltar que esse processo significa uma arte e não simplesmente uma técnica. O diferencial do produto artesanal é a maneira de produção específica de cada produtor rural, isso proporciona a exclusividade de cada produto, diversamente do que acontece na produção industrial, onde ocorre a padronização dos produtos e das técnicas utilizadas.

Segundo Mior (apud DIESEL Et. al, 2008, p.2): “A agroindústria familiar rural é uma forma de organização onde a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e/ou pecuária, visando, sobretudo a produção de valor de troca que se realiza na comercialização”. O turismo apropria-se destes espaços e produtos das agroindústrias enquanto um ambiente de visitação, compreendido como agregando valor a oferta turística das localidades.

A tendência é que aumente cada vez mais o número de propriedades rurais com algum membro da família empregado em atividade não agrícola ou se dedicando boa parte em uma atividade não agrícola, como o turismo, o artesanato, a prestação de serviços. Essa pluralidade viabiliza e mantém a população no campo e protagoniza para aumentar a renda agrícola (SCHENEIDER, 1999, p. 186).

As agroindústrias constituem-se, então, como uma alternativa para os pequenos produtores e muitas delas fazem parte da tradição das famílias deste território. Segundo Diesel et al. (2008, p.9):

Alguns autores pensam que, por si, a produção agroindustrial “colonial”, já tem conquistado um mercado significativo junto aos consumidores (passando a imagem de produtos naturais, sem conservantes, ou seja, de saúde) e que não precisa de outro tipo de expansão nesse segmento. Ou seja, entendem que as pequenas agroindústrias coloniais não teriam dificuldades de se consolidar. Outros autores entendem que a formação de uma agroindústria implica ter que enfrentar as grandes empresas que tem uma escala de produção maior que o sistema legal sempre tende a beneficiar esse tipo de empresas. Por outro lado, a agroindustrialização implica uma especialização relativa (e conseqüentemente maiores riscos) para sistemas de produção atualmente diversificados. Ou seja, é necessário reconhecer que os altos investimentos propostos representam aos agricultores familiares em seu projeto de implantação de agroindústrias familiares, um conjunto de fatores que desagregam seu sistema de produção [...].

Portanto, pode-se constatar que há, entre o turismo rural e agricultura familiar, através do desenvolvimento das agroindústrias, uma sinergia muito intensa, uma vez que o produto artesanal destas agrega valor ao turismo local. Para muitos proprietários, as atividades turísticas, incluindo as agroindústrias, oferecem oportunidades de aumento de renda e de postos de trabalho e, além disso, promovem a valorização do campo, através do uso dos recursos humanos e culturais, bem como das potencialidades ali existentes.

4.3.4 Principais atrativos turísticos

A microrregião dispõe de um potencial turístico evidenciado ao longo do trabalho e que para destacar alguns elementos, entre eles atrativos turísticos, serviços turísticos, ressaltando os equipamentos de alimentação, meios de hospedagem e serviços de apoio (ver tabela 4 e 5) salientamos alguns dos atrativos mais relevantes. Lembramos que alguns dos serviços turísticos, em especial do setor de alimentação, apresentam uma rotatividade, o que dá margem a alteração da tabela, mas não de forma representativa no universo de pequenos empreendimentos ao longo destes anos.

Na categoria dos atrativos naturais, destacam-se alguns ícones da região, como a Cascata Radatz (figura 13 e 14) e o Morro Agudo (figura 10, 11 e 12), em Agudo, com 100 metros de galerias de histórias e lendas da região. Em Faxinal do Soturno, está o Cerro

Comprido (figura 9), com 528 metros de altura, próprio para esportes radicais, paisagem pontilhada pela moradia de algumas famílias de agricultores e vista panorâmica da microrregião.



Figura 9 - Trilha do Cerro Comprido – Faxinal do Soturno, acervo da autora (2007).



Figura 10 - Vista do Morro Agudo – Agudo Acervo da autora (2007).



Figura 11 - Vista panorâmica do Morro Agudo, Agudo, acervo da autora (2007). UNIFRA, (2007).



Figura 12- Vista da rampa de Paraglaider - acervo Laboratório de Turismo -



Figura 13 - Cascata Radatz – Agudo, Acervo da autora (2007).

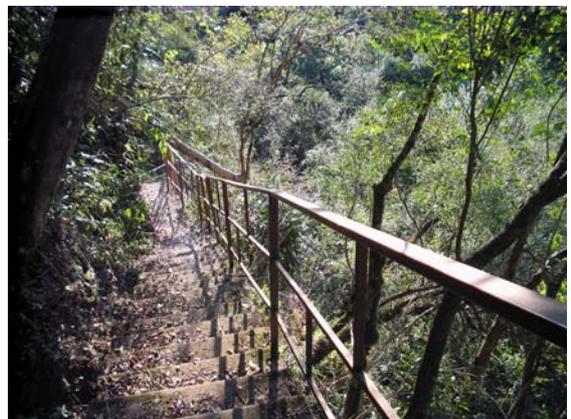


Figura 14 - Escadaria de acesso a Cascata Radatz, Acervo da autora (2007).

Em Dona Francisca, cita-se o Morro Santo Antônio (figura 15), com cerca de 200 metros de altura, que recebeu essa denominação em homenagem ao santo, em cujo cume há uma cruz com aproximadamente 10 metros de altura, sendo assim popularmente conhecido como o Morro da Cruz. Também nesse mesmo município destaca-se a Cascata da Família Segatto, com aproximadamente 35 metros de altura, a qual compõe uma paisagem natural atrativa junto à vegetação e paredões de pedras e o Rio Jacuí (figura 16).



Figura 15 - acesso ao Morro da Cruz, Dona Francisca, acervo da autora (2005).



Figura 16 - vista parcial do Rio Jacuí, Dona Francisca, acervo da autora (2005).

Em Silveira Martins, berço da Quarta Colônia, destaca-se a Cascata do Mezzomo, uma queda d'água de aproximadamente 20 metros de altura, formando uma piscina natural ideal para a prática de mergulho, localizada no fundo de um vale de mata nativa.

Os colonos italianos chegaram em Ivorá em 1883 e, com muito esforço e trabalho, ergueram o núcleo que se chamou Nova Udine. Após a Segunda Guerra, trocou seu nome para Ivorá, palavra indígena que significa “rio de praia formosa”. Além do intenso verde da mata nativa que cobre os morros, várias quedas d'água surgem no meio da vegetação, formadas pelos rios Ivorá e Ivorazinho. Esses locais ainda não têm a infraestrutura necessária para visitação pública, mas, pela sua paisagem convertem-se em grande potencial natural para o turismo. Destaca-se, também, o Monte Grappa (figura 17), com seus quase 370 metros de altura e as diversas quedas d'água localizadas no interior do município (figura 18) (SILVA; COELHO, 2008).

No campo dos atrativos histórico-culturais, a microrregião apresenta marcos referenciais importantes, materializados em igrejas, capelas, capitéis, parques, entre outros. Em Faxinal do Soturno, no alto do Cerro Comprido está a Ermida de São Pio de Pietrelcina

(figura 19): é uma igreja pequena, mas que tem um fluxo permanente de visitantes que sobem o cerro para orar e admirar a paisagem e, na localidade de Novo Treviso, tem-se a Igreja São Marcos (figura 20) e o Museu Fragmentos do Tempo (acervo do museu nas figuras 21 e 22). Em Dona Francisca, situa-se o Parque Histórico Municipal Obaldino Beijamin Téssele, inaugurado em julho de 1988, em homenagem às colonizações alemã e italiana, construído com a finalidade de guardar instrumentos antigos de trabalho da época colonial, principalmente relacionados com a cultura do arroz. Lá, encontram-se réplicas de casas típicas alemãs e italianas, mobiliadas com objetos autênticos da época da colonização. A casa alemã abriga, desde sua criação, uma mostra de fotos antigas dos primeiros habitantes de Dona Francisca. A casa italiana dispõe, além de fotografias, de utensílios antigos, roupas e objetos de decoração e mobiliário.



Figura 17 - Vista do Monte Grappa, Ivorá, Acervo do laboratório de turismo – UNIFRA (2007).



Figura 18 - Quedas d'água no interior de Ivorá, Acervo do laboratório de Turismo – UNIFRA (2007).



Figura 19 - Ermida de São Pio de Pietrelcina - Morro Cerro Comprido, acervo da autora (2010).



Figura 20 - Vista da torre da Igreja São Marcos ao fundo o Museu Fragmentos do Tempo – Novo Treviso – Faxinal do Soturno, acervo da autora (2007).



Figura 21 - vista parcial da exposição do Museu Fragmentos do Tempo, Novo Treviso - Faxinal do Soturno, acervo da autora (2007).



Figura 22 - vista parcial da exposição do Museu Fragmentos do Tempo, Novo Treviso - Faxinal do Soturno, acervo da autora (2007).



Figura 23 - Igreja Santo Antônio de Pádua - Silveira Martins, acervo da autora, 2012.



Figura 24 - vista parcial do Moinho Moro - Silveira Martins - acervo da autora (2008).

Em Silveira Martins, destacam-se dois dos marcos importantes: o Monumento ao Centenário da Imigração Italiana e a Igreja Matriz Santo Antônio de Pádua (figura 23), que possui a única torre cilíndrica da América Latina, com mais de 40 metros de altura. O monumento foi erguido por ocasião do centenário de imigração italiana e fundação do núcleo de origem, em memória à saga dos colonizadores. A edificação monumental situa-se na encosta da serra de São Martinho, no início do planalto rio-grandense, possui um mirante com vista para o Vale Val de Buia, uma cruz e uma estátua em alto relevo simbolizando a fé e o trabalho dos imigrantes. No seu sopé, está um sítio arqueológico onde foram enterrados os primeiros imigrantes que ali chegaram (SILVA; COELHO, 2008).

Referenciando a arquitetura colonial em Silveira Martins está o Moinho Moro (figura 24), tocado com roda d'água, onde se mói a cana-de-açúcar para a elaboração de cachaça e farinha de milho moída na pedra para venda a granel. Este atrativo está situado às margens de um riacho, rodeado por belezas naturais, junto à casa de pedra da propriedade da família Moro. Os proprietários trabalham com a fabricação, a degustação e a comercialização de cachaça artesanal, licores, farinha de milho, biscoitos e demais produtos a disposição dos visitantes. Ainda, os restaurantes, as agroindústrias e a italianidade presente em Silveira Martins possibilitaram a organização da Rota Gastronômica, juntamente com o distrito de Arroio Grande, no município de Santa Maria.

Em Ivorá, a religiosidade dos imigrantes italianos transparece na preservação de seu patrimônio religioso formado pelo conjunto arquitetônico harmonioso composto pela Igreja Matriz São José, pela Torre do Cristo Rei e pela Casa Paroquial, em frente à Praça Alberto Pasqualini. Sem esquecer a beleza singela dos capitéis no interior do município. São mais de duas dezenas ao longo das Linhas (estradas municipais), erguidas como pagamento de promessas, em honra dos santos de devoção das famílias. (SILVA; COELHO, 2008).

Tabela 4 - Quantidade de atrativos, serviços e equipamentos turísticos inventariados nos municípios da Quarta Colônia/RS/Brasil.

	Agudo	Dona Francisca	Faxinal do Soturno	Ivorá	Nova Palma	Pinhal Grande	Restinga Sêca	Silveira Martins	São João do Polêsine	Total parcial
Atrativos naturais	5	3	2	8	5	3	2	4	1	33
Atrativos culturais	7	3	6	6	7	3	7	9	9	57
Atividades econômicas	-	-	-	2	-	5	-	4	3	16
Realizações técnicas e científicas	1	-	-	-	5	1	-	-	-	7
Eventos programados	4	4	3	2	4	4	1	4	9	35
Meios de hospedagem	2	2	3	2	2	-	2	-	3	14
Serviços de alimentação	7	-	2	4	2	1	3	5	-	24
Agenciamento – receptivo	-	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Locais para eventos	3	1	2	2	4	2	1	2	3	20
Equipamentos de lazer	7	5	2	4	4	3	2	1	1	29
Outros Serviços de Apoio	1	0	0	1	-	-	1	-	1	4
Total geral	37	18	21	31	33	22	19	30	30	239

Fonte: Elaborado pela autora a partir do acervo do Laboratório do Curso de Turismo da UNIFRA, no período de 2003 a 2008.

Tabela 5 - Nomenclatura dos atrativos turísticos inventariados nos municípios da Quarta Colônia

Atrativos	Agudo	Dona Francisca	Faxinal do Soturno	Ivorá	Nova Palma	Pinhal Grande	Restinga Sêca	Silveira Martins	São João do Polêsine
Atrativos naturais	1 Cascata Raddatz 2 Gruta do Índio 3 Balneário Drews 4 Balneário e Cascata Friedrich 5 Morro Agudo	1 Morro Santo Antônio 2 Rio Jacuí 3 Cascata da Família Segatto	1 Cerro Comprido 2 Gruta N. Sr ^a .de Lourdes 3	1 Monte Grappa 2 Cascata das Pedras Pretas 3 Cascatas do Monge e Samfelice 4 Salto Queda Livre 5 Cascata Cara de Índio 6 Cascata Usina 7 Cascata do Visitante 8 Cascata dos Degraus	1 Balneário Atílio Alíssio 2 Cascata da Queda Branca 3 cascata das Pedras Brancas 4 Cascata do Pingo 5 Gruta Indígena do Caemborá	1 Lago da Barragem Itaúba 2 Cascata do Lajeado da Varzea 3 Cascata da Ferreira	1 Balneário das Tunas 2 Buracos Fundo	1-Cascata do Mezzomo 2 - Balneário Ágape 3- Balneário Baggio 4- Buraco do Vento	1 Balneário Dom Vitório
Atrativos culturais	1 Biblioteca Municipal 2 Paróquia São Bonifácio 3 Igreja Evangélica 4 Instituto Cultural Alemão 5 Monumento do Imigrante 6 Grupo de Dança Freundschaft 7 Culinária e Cucas alemãs	1 Monumento à Nossa Senhora dos Navegantes 2 Igreja Matriz São José 3 Casa de Cultura Umberto Cassol	1 Monumento ao Imigrante 2 Ponte Metálica 3 Bosque Municipal 4 Museu Fotográfico 5 Ermida de São Pio de Pietrelcina 6 Igreja São Roque	1 Cruz Luminosa 2 Centro Adm. Sen. Alberto Pasqualini 3 Capitéis (24) 4 Igreja Matriz São José 5 Museu Municipal 6 Memorial das Águas	1 Igreja da Santíssima Trindade 2 Capela São Pedro 3 Monumento N. Sr ^a Salette 4 Capela Santa Cruz 5 Capela São José 6 Gruta N. Sr ^a Fátima 7 Gruta N. Sr ^a de Lourdes	1 Museu e arquivo histórico 2 Casa de cultura 3 Capela São João Maria Viane 4 Igreja Matriz São José 5 Capela de Santo André Avelino 6 Gruta N. Sr ^a de Todas as Graças	1 Estação Ferroviária 2 Casa de Cultura Iberê Camargo 3 Igreja Matriz Evangélica 5 Monumento à Iberê Camargo 6 Grupo de danças Afro 7 Associação Artística Cultural	1- Capela Pompéia 2- Igreja N. Sr ^a Saúde 3- Monumento ao Imigrante 4- Capela do Rosário 5- Igreja N. Sr ^a Monte Bérico 6- Moinho Moro 7- Igreja St ^o Antônio de Pádua 8- Museu de Silveira Martins 9- Antigo Colégio Bom Conselho	1 Igreja São João Batista 2 Monumento de N. Sr ^a da Salette 3 Monumento à Polenta 4 Monumento à Maquina à Vapor 5 Museu do Imigrante 6 Monumento do Calvário, Via Sacra 7 Gruta N. Sr ^a de Lourdes 8 Igreja de Corpus Christi 9 Casa do Diácono
Atividades econômicas	-	-	-	1 Vinhos Simonetti 2 Cantina Sérgio Simonetti	-	1 Agroindustria Pinhal 2 Moinho Rubin 3 Parlacto Laticínios 4 Vinhos Uliana 5 Vinhos Facco	-	1- Coomprosesma 2 Agroindustria Michelin 3 Laticínios Nilma 4 Padaria Bisognin	1 Cantina Vô Bepi 2 Agroindústria Giacomini 3 Produtos Coloniais Pilleco Dotto

Tabela 5 - Nominção dos atrativos turísticos inventariados nos municípios da Quarta Colônia (continuação)

Atrativos	Agudo	Dona Francisca	Faxinal do Soturno	Ivorá	Nova Palma	Pinhal Grande	Restinga Sêca	Silveira Martins	São João do Polêsine
Realizações técnicas e científicas	1 Usina Hidrelétrica de Dona Francisca	-	-	-	1 – Usina de Nova Palma 2 Usina CELETRO 3 Usina Hidrelétrica de Dona Francisca 4- Usina do Cafundó 5- Centro de Pesquisas Genealógicas	1 Usina Itaúba	-	-	-
Eventos programados	1 Concurso Garota Verão 2 CHOCULIN 3 Volksfest 4 Festa do Morango e da Cuca	1 Prova Quarta Colônia de Canoagem 2 Serenatas Natalinas 3 Festa de Navegantes 4 Semana do Município de Dona Francisca	1 Expocolônia 2 Festival do Queijo e do Vinho 3 Expofax	1 Feira do Amendoim 2 Feira Regional da Abóbora	1 Festa da Imaculada Conceição 2 Vôlei Verão 3 Noite Ítalo-Brasileira 4 Olimpíadas Rurais	1Olimpíadas Rurais 2 Festa de São José 3 Festa do Soja 4 Semana do Município	1 Feira Comercial e Industrial	1 Baile da Batatinha 2 Festival da Uva e das Águas 3 Semana do Município 4 Natal Luz	1 Festival Int. de Inverno 2 Festa do Arroz 3 Carnaval 4 Festa Nª Sª de Lourdes 5 Festa de São Valentim 6 Festa São João Batista 7 Festa N. Srª Salete 8 Festa de N. Srª da Saúde 9Festa dos Friulanos

Fonte: Elaborado pela autora a partir do acervo do Laboratório do Curso de Turismo da UNIFRA, no período de 2003 a 2008.

4.3.5 Aspectos gerais da governança regional: consórcio, fóruns e associações

As principais instituições representativas que atuam de alguma forma para o desenvolvimento do turismo na microrregião da Quarta Colônia são: o COREDE Central, o CONDESUS, o Fórum Regional de Turismo e a Associação da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria e Silveira Martins.

De acordo com José Itaquí, secretário executivo do CONDESUS, uma das primeiras ações em prol do desenvolvimento sustentável da Quarta Colônia foi o Projeto Identidade desenvolvido em Silveira Martins-RS, no início da década de 1990, coordenado por ele, conforme relata no Caderno Quarta Colônia nº 216 de 2011:

Entre 1989 a 1996, nos governos de Cleomar Balen e Carlos Alberto Brandão, tive a oportunidade e a honra de projetar e coordenar a execução de uma política cultural denominada Projeto Identidade [...] Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia - Prodesus/QUARTA COLÔNIA. Este último, como já havia ocorrido com o Projeto de Educação Patrimonial da Quarta Colônia, o Prodesus se dirigiu à integração, desde ponto de vista legal, dos municípios de colonização italiana (Silveira Martins, Ivorá, Faxinal do Soturno, Nova Palma, Dona Francisca e São João do Polêsine), alemã, Agudo (que estão também em Dona Francisca, Nova Palma e Restinga Seca) e portuguesa Restinga Seca e Pinhal Grande, mas que têm uma forte presença italiana [...] (CADERNO QUARTA COLÔNIA, 2011).

Em 1995, foi criado o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Região da Quarta Colônia (CONDESUS), composto pelos municípios supracitados, sendo que, posteriormente, para fortalecer sua formação administrativa e política, aderiram à composição os municípios de Agudo e Restinga Sêca, com o lançamento do Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia, PRODESUS. Conforme relata Froehlich (2007), tal projeto abarcou atividades que envolveram cursos de resgate da memória cultural dos imigrantes italianos, técnicas e práticas de diversificação e reconversão produtiva para uma agricultura ‘ecológica’ e ‘sustentável’, e o estímulo à discussão e à implementação do turismo rural, cultural e ecológico na região.

São membros deste Consórcio os prefeitos desses municípios com função de cumprir as premissas do PRODESUS. Enquanto associação civil, o Consórcio é pessoa jurídica de direito privado, com intuito de promover o debate, o planejamento e a execução de ações com visem ao interesse da região e a integração dos municípios consorciados.

Já em 2002, o consórcio firmou um convênio com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) para a implantação do Projeto de Turismo Integrado na Quarta Colônia como uma proposta de desenvolvimento sustentável do turismo em seus municípios. Froehlich (2007) afirma que, no eixo do turismo, teriam sido desenvolvidas ações pontuais, porém básicas para a animação da região a partir da afirmação das suas potencialidades culturais e ambientais, sendo criados, demarcados, sinalizados e divulgados, com folheteria específica, 18 roteiros de turismo rural, cultural e ecológico (implantados dois em cada município do CONDESUS), que buscaram integrar a região dentro de suas mais marcantes características e atrair maior fluxo turístico. Foram capacitados 18 guias de turismo para atender a região, confeccionados 25 mil *folders* turísticos e colocadas 166 placas de sinalização turística.

Os Roteiros Turísticos da Quarta Colônia, criados por meio da consultoria do SEBRAE em 2002 (anexo 1), foram uma iniciativa que não teve o êxito esperado. O planejamento e o acompanhamento dos roteiros foram elaborados com os empreendedores, porém apresentaram algumas falhas, com a ausência da participação de alguns agentes da comunidade importantes no processo para a sua formatação, da mesma forma que atrativos importantes não foram considerados nos roteiros.

Para que ocorra o desenvolvimento turístico, necessita-se que a comunidade esteja consciente do seu papel nesse processo, para que seja mantida toda a sua história e suas manifestações culturais e que haja um resgate das tradições que estão se perdendo, que todos queiram esse desenvolvimento turístico e desempenhem o seu papel no processo. O roteiro “Nova Treviso” teve, desde essa época, um grande envolvimento da comunidade do local e, atualmente, tem um forte atrativo que é a Ermida de São Pio. A localidade, palco da origem da cidade, tem sua representatividade histórico-cultural e religiosa. Na época, o roteiro proposto poderia ter explorado mais a questão da peregrinação à Ermida de São Pio, pela sua importância religiosa e por estar localizada no Cerro Comprido, que é um atrativo natural significativo e que disponibiliza uma vista panorâmica do município e região.

Cabe observar, no entanto, que o roteiro proposto pelo projeto de turismo integrado na Quarta Colônia para Novo Treviso apresentou inconsistência quanto ao tempo para percorrer todos os atrativos descritos no roteiro, ou seja, não foram cronometrados os tempos necessários para percorrer o trajeto e visitar os locais descritos; e também, para caracterizá-lo enquanto um roteiro, foi questionável a coerência da sequência dos atrativos do modo como proposta.

Como todo o processo de planejamento deve ser constante, no momento em que as atividades dos articuladores do SEBRAE paralisam, os empreendedores desanimam. Daí a importância de unir toda a comunidade e o poder público para decidirem o que querem e como querem, e ir à busca, tendo o SEBRAE como um aliado para desenvolver o que a comunidade decidiu e não o inverso, para que, dessa forma, todo o trabalho não fique dependente de uma articulação de fora.

Os roteiros necessitam de serviços turísticos, onde o turista buscará as conveniências oferecidas pelos centros receptores (infraestrutura, estrada, acessos, restaurantes, hotéis, guias, transporte e outros). Os roteiros formatados não forneceram todos os serviços espontaneamente, é preciso criar uma estrutura através do agenciamento. Esta questão dificulta o fluxo constante de turistas que visitam a região em carros particulares, porém a realidade do território prevê um processo de implantação em longo prazo e todas as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores fazem parte do processo de desenvolvimento.

Os Roteiros Turísticos da Quarta Colônia foram apresentados como roteiros individuais de cada município, porém a ausência de certos atrativos importantes das cidades demonstra que não se trata apenas da apresentação dos atrativos, mas de sugestões com algumas inconsistências na sua formatação, nos trajetos percorridos e nos nomes escolhidos. Como exemplo, o Roteiro Nova Treviso, onde foi alterado o nome da localidade que se chama Novo Treviso, ou ainda na divisão do município de São João do Polêsine em dois roteiros. A justificativa apresentada para tais problemas foi pelo curto prazo para apresentar o material no evento nacional que a região participou, e, também, por terem centralizado a captação das informações em um pequeno número de pessoas. Tais erros acabaram comprometendo a imagem da região, prejudicando o investimento aplicado no material.

No Projeto de Turismo Integrado na Quarta Colônia foram definidos três focos, o turismo cultural, religioso e ecoturismo. Não houve a delimitação de um público específico, a maior preocupação situou-se em qualificar e ordenar os serviços existentes e criar novas opções de infraestrutura. Nesse processo de implantação dos roteiros, os maiores benefícios foram as oportunidades de qualificação oferecidas pelo Projeto e as assessorias técnicas para determinadas áreas, o conhecimento adquirido nas visitas técnicas, uma forma de conhecer o que está acontecendo e também de analisar o potencial da região. As visitas técnicas estimularam o envolvimento de alguns empreendedores na proposta.

O fluxo de turistas na região ainda é muito incipiente, as excursões que visitam as cidades nem sempre chegam até as propriedades incluídas nos roteiros, muitas delas vêm através de agentes de outras cidades, sem os contatos devidos com os agentes e guias locais,

prejudicando os empreendedores e o turista que acaba não conhecendo fortes atrativos, problemas esses que surgem pela desunião da própria rede dos agentes de viagens.

Já a Rota Turística e Gastronômica Santa Maria-Silveira Martins foi criada em 22 de março de 2005, com o objetivo de movimentar o turismo nesta região e valorizar o caminho percorrido pelos imigrantes italianos que colonizaram a Quarta Colônia, pois os traços dessa cultura estão fortemente presentes na comunidade ainda nos dias de hoje. São 30 km de trajeto, entre o distrito de Arroio Grande e o município de Silveira Martins, a rota está estruturada ao redor de um produto-chave, ou seja, a gastronomia, que ali se caracteriza.

Segundo Schlüter (2003, p. 73), “as rotas podem estar organizadas em função de um produto ou de um traço cultural característico que lhe dá nome. As primeiras buscam promover o consumo de um produto que se encontra em abundância. O interesse primordial é incentivar o consumo de um elemento que se desenvolve com abundância para promover o desenvolvimento de uma área rural”. Schlüter (2003, p.75) ainda afirma que “as rotas gastronômicas em função da cultura têm por objetivo mostrar os valores culturais de determinadas localidades tendo como eixo os pratos típicos da região”.

A criação da rota surgiu devido ao interesse das prefeituras municipais de Santa Maria e Silveira Martins bem como dos proprietários que já possuíam seus estabelecimentos nesse percurso. Assim foi assinado um protocolo de intenções entre as duas prefeituras com a intenção de dinamizar ações a fim de organizarem e promoverem o trajeto que constitui a rota, Arroio Grande até Silveira Martins (RS 511 a RS 304).

Em 10 de julho de 2008 foi fundada a Associação da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria-Silveira Martins, que tem como objetivos: promover e qualificar serviços/estabelecimentos turísticos pertencentes à Rota Turística e Gastronômica Santa Maria-Silveira Martins; zelar pelos atrativos turísticos da Rota; promover e/ou apoiar ações de desenvolvimento sustentável e apoiar e orientar a criação e o ingresso de novos serviços e atrativos turísticos na Rota (estatuto social da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria – Silveira Martins).

No ano de 2010, a associação contava com 28 associados, entre proprietários de cantinas, agroindústrias, restaurantes (figura 26 e 27) e fábricas de facas, que se reuniram para criar estratégias para a promoção da rota, bem como para cumprirem com os demais objetivos citados no estatuto da associação. Além dos estabelecimentos comerciais de alimentação e hospedagem, a rota conta também com atrativos turísticos situados ao longo do percurso, como, por exemplo, o Monumento ao Imigrante Italiano (figura 28). Os associados e os gestores públicos investiram na fixação de 53 placas de sinalização (figura 25) ao longo do

trajeto e na elaboração de material promocional, com a impressão de *folders*, criação de um *site* e peças publicitárias, como *display*, *banners*, marca página, imãs de geladeira e adesivos (STECKER, 2010). No presente momento, inicia-se uma reorganização para definir quais serão aqueles empreendimentos que realmente queiram permanecer e investir na rota.

Além da Rota Turística e Gastronômica, as agências receptivas comercializam outros roteiros, que atendem a demandas específicas e contemplam as festividades e atrativos turísticos da região, a exemplo ver anexo 2.



Figura 25 - Placa de sinalização Rota Turística e Gastronômica Santa Maria - Silveira Martins, acervo da autora (2013)



Figura 26 - parte interna de restaurante, acervo da autora (2014).



Figura 27 - loja de artesanato e produtos coloniais anexo ao restaurante, acervo da autora (2014)



Figura 28 - vista da paisagem de Val de Buia, ao fundo o monumento ao Imigrante Italiano - Silveira Martins, acervo da autora, 2014.

CAPITULO 5

OS ATORES DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA QUARTA COLONIA E A DIMENSÃO DO CAPITAL SOCIAL

Este capítulo tem como propósito analisar as formas de interação entre os atores locais em prol do desenvolvimento do turismo na microrregião da Quarta Colônia/RS, bem como a densidade do capital social entre os mesmos. Para tanto, faz-se necessário evidenciar a concepção que os mesmos têm sobre o turismo enquanto uma estratégia de desenvolvimento para a região, identificando, por conseguinte, as principais características desta rede, contemplando as formas de acesso às informações, a comunicação, as estratégias de mercado, conhecimento do seu público-alvo, as ações de capacitação, as relações de confiança, as estratégias de cooperação e ações coletivas, bem como o trabalho em grupos, por meio de associações, rotas, fóruns e consórcios de desenvolvimento regional.

O conjunto de atores é formado pela iniciativa privada, em sua maioria representada por pequenos empresários que atendem os serviços turísticos de hospedagem e alimentação, pelos gestores públicos municipais, pelos representantes de entidades associativas, universidades, consórcios, fóruns, Sistema “S”, agência de desenvolvimento, sendo que todos estes vêm atuando a favor do desenvolvimento do turismo ao longo das últimas décadas.

5.1 Perfil e visão de alguns empresários da Quarta Colônia

A abordagem de rede permite o protagonismo do empresariado local em projetos de desenvolvimento, em parceria com instituições e organizações representativas do território. Para Cooper (2007), a atividade turística consiste numa gama de prestadores de serviços que operam em diferentes áreas, tais como hotelaria, operadoras e agências de turismo, equipamentos de alimentação, todos responsáveis pelo suprimento da atividade turística. Primeiramente, apresentamos o perfil de treze empreendimentos do setor de serviços turísticos, específicos dos setores de meios de hospedagem, alimentação e agenciamento de

viagens. Apresentam-se, também, as motivações que tiveram para abrir o negócio e se necessitaram de financiamento para fazê-lo. A iniciativa privada é um agente primordial na constituição de uma rede de turismo, não há um APL sem o engajamento dos empresários do setor.

Os empreendimentos entrevistados compõem uma amostra de 13 estabelecimentos, onde 54% deles foram abertos entre os anos 1998 e 2002, de 2007 a 2011 com 38% delas e apenas 8% encontramos um estabelecimento fundado com ano anterior a 1998, sendo assim, a maioria das firmas da amostra surgiram posterior a criação do CONDESUS, ou seja, a partir de 1995 até 2011 (tabela 6). A maioria são empresas individuais (38%) seguidas daquelas com dois sócios (31%), apenas 15% delas têm três sócio, 8% têm cinco sócios e 8% têm seis sócios. Atendem a prestação de serviços turísticos na atividade de alimentação e hospedagem. Quanto à localização, 54% dos empreendimentos entrevistados estão situados em Silveira Martins, 15% em Santa Maria, 15% em São João do Polêsine, 7% em Agudo e 7% em Restinga Sêca. Optamos por nos deter especialmente naqueles estabelecimentos situados ao longo da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria e Silveira Martins.

Tabela 6 - O perfil das empresas do setor de serviços turísticos da Quarta Colônia e Santa Maria, RS, no período de novembro de 2013 a abril 2014

Empresa	Ramo de Atividade	Município	Ano de Fundação	Número de Sócios
Empresário MN	Restaurante	Silveira Martins	1992	1
Empresário CX	Agroindústria	São João do Polêsine	1998	6
Empresário AZ	Pousada	São João do Polêsine	1999	1
Empresário BY	Restaurante	Santa Maria (Arroio Grande)	2000	1
Empresário FR	Agência de Viagem	Santa Maria	2000	3
Empresário HS	Restaurante	Silveira Martins	2000	5
Empresário DN	Agência de Viagem	Silveira Martins	2002	2
Empresário GT	Café Colonial	Agudo	2002	1
Empresário EW	Restaurante	Silveira Martins	2007	3
Empresário IR	Agroindústria	Silveira Martins	2008	2
Empresário LO	Café Colonial	Silveira Martins	2008	1
Empresário JG	Pousada	Restinga Sêca	2011	2
Empresário QP	Agroindústria	Silveira Martins	2011	2

Fonte: coleta de dados da pesquisa de campo, elaborada pela autora.

Tabela 7 - O perfil do sócio fundador principal das empresas do setor de serviços turísticos da Quarta Colônia e Santa Maria, RS, no período de novembro de 2013 a abril 2014.

Empresa	Idade	Naturalidade	Atividades dos pais	Atividade anterior
Empresário QP	27	Silveira Martins	Comerciante	Estudante
Empresário LO	29	Silveira Martins	Agricultor e comerciante	Estudante
Empresário EW	39	Santa Maria	Agricultores	Contador
Empresário CX	40	São João do Polêsine	Agricultores	Agricultora (continua paralelo)
Empresário JG	41	Restinga Sêca	Agricultor e comerciante	Comércio restaurante
Empresário BY	42	Santa Maria	Agricultor e feirante	Agricultor/ feirante
Empresário GT	48	Agudo	Agricultor e pedreiro	Agricultor e pedreiro
Empresário IR	50	Silveira Martins	Agricultores	Agricultora
Empresário AZ	52	Venâncio Aires	Não	Arquiteto
Empresário HS	54	Santa Maria	Agricultores e ferroviários	Indústria Farmacêutica
Empresário MN	56	Pinhal Grande	Agricultores	Corretor de seguro
Empresário DN	58	Santa Maria	Agricultores	Confecção e moda
Empresário FR	62	Santa Maria	Não	Do lar

Fonte: coleta de dados da pesquisa de campo, elaborada pela autora.

Conforme dados apresentados na tabela 7, a faixa etária da maioria dos proprietários está entre os 39 e 62 anos, 85% deles, sendo que 15% estão com a idade entre 27 e 29 anos, dados estes que caracterizam uma amostra de pessoas em idade produtiva, alguns já aposentados, mas que continuam trabalhando, neste momento, em favor do seu capital próprio. Quanto a sua origem, apenas um deles não é natural da região Santa Maria – Quarta Colônia. A maioria deles tem uma origem familiar de agricultores (77%), apenas 23% dos entrevistados que os pais não tinham uma referência com o rural, sendo que um declarou os pais como comerciantes. Ressalta-se que, daqueles 77% que os pais eram agricultores, 40% tinham outra atividade além da agricultura, o que denotava certa pluriatividade no núcleo familiar embrionário. Para Schneider (2003), a noção de pluriatividade permite agregar as atividades agrícolas com outras atividades que geram ganhos monetários e não monetários, e ainda, independente de serem internos ou externos na propriedade rural e, conseqüentemente, à exploração agropecuária. Na visão de Anjos (2003), a pluriatividade é resultado de um

processo de transformação da agricultura, em correspondente sincronia com a dinâmica da economia em geral e marco da reestruturação que atravessa o modo de produção capitalista. No que diz respeito à profissão ou ocupação anterior dos empresários, os resultados apresentam uma divisão entre profissionais autônomos (31%), agricultores (31%), estudantes (15%), comerciantes (15%) e do lar (8%), o que evidencia uma diminuição das atividades agrícolas, inclusive considerando os processos de sucessão familiar da propriedade e, assim, 15% são agricultores e enquadram-se na perspectiva da pluriatividade (tabela 7).

Tabela 8 - Levantamento do total de pessoal e forma de contratação dos que atuam nas empresas do setor de serviços turísticos da Quarta Colônia e Santa Maria, RS, no período de novembro de 2013 a abril 2014.

Empresa	Total de pessoal	Quantos são sócios	Contrato formal	Sem contrato formal	Temporários
Empresário IR	2	2	-	-	-
Empresário JG	3	2	1	-	-
Empresário EW	5	3	-	2	-
Empresário FR	5	3	2	-	-
Empresário LO	5	1	-	4	-
Empresário DN	6	2	-	-	4
Empresário QP	7	2	-	-	5
Empresário BY	12	1	2	3	6
Empresário MN	10	1	9	-	-
Empresário CX	13	6	7	-	-
Empresário AZ	15	1	8	4	2
Empresário GT	21	1	20	-	-
Empresário HS	35	5	5	10	10
Total	137	30	54	23	27

Fonte: coleta de dados da pesquisa de campo, elaborada pela autora.

A maioria das empresas tem o seu atendimento familiar, com alguns poucos colaboradores, onde 54% das empresas têm uma equipe de recursos humanos entre 1 a 10 pessoas, 30% têm de 11 a 20 pessoas, e apenas 8% declararam ter entre 21 a 30 pessoas e 8% acima de 31 pessoas. Muitos dos colaboradores, geralmente, são contratados para trabalharem nos equipamentos de alimentação, especialmente aos finais de semana, alguns sem contrato formal de trabalho (tabela 8).

A origem dos empreendimentos surgiu, em sua maioria, por iniciativa dos empreendedores atuais, apenas um deles recebeu o negócio já como herança - a agroindústria em questão é administrada pela terceira geração, o empresário QP, porém ela só foi legalizada enquanto empresa durante a atual administração. Alguns empresários foram estimulados a abrir o negócio por conselho de familiares e amigos e outros para complementar a renda familiar, tais como os proprietários das agroindústrias. A amostra representa de certa forma, as iniciativas empreendedoras da microrregião no setor de serviços e equipamentos turísticos. “Empreendedorismo é um processo dinâmico pelo qual os indivíduos identificam ideias e oportunidades econômicas, desenvolvendo-as, transformando-as em empreendimentos, e, portanto, reunindo capital, trabalho e outros recursos para a produção de bens e serviços.” (MELO NETO; FROES, 2002, p. 6).

A partir da intensificação do empreendedorismo, as pequenas empresas vêm ganhando espaço, tornando-se geradoras de empregos e, pelo seu perfil, criam vínculos com a comunidade local, que pode influenciar positivamente para o desenvolvimento da região em que estão inseridas, possibilitando ambiente favorável ao empreendedorismo. O nível local é entendido como sendo o meio ambiente imediato das empresas de pequena dimensão, por ser o local onde nascem, formam-se e estabelecem suas redes básicas de relações (DOLABELA, 1999). Para a transcrição da fala dos informantes resolvemos manter o estilo de fala, sem correções, respeitando a forma com os informantes manifestaram-se.

[...] E aí aqui essa propriedade servia para os eventos do Recanto Maestro no início, [...] Daí resolvi encarar o negócio. Aí comprei essa propriedade, era tudo precaríssimo, não funcionava nada, não funcionava água, era uma coisa assim: horrível. Tinha essa casa, esse sobrado original, que eram dos agricultores que moravam aqui né. [...] Eu comecei com a cara e a coragem a fazer, tinha quatro quartos, era um apartamento em cima da casa de pedra [...]E foi indo assim, devagarinho, todo dinheiro que entrava até hoje, vou repondo na pousada [...] a minha vida inteira fui funcionário. Depois eu aprendi a ser empreendedor. Eu acredito que é possível aprender a ser empreendedor. E eu acho assim ó: as possibilidades existem, infinitas [...] (Empresário AZ).

[...] É que eles trabalhavam na agricultura, entende. Então, por motivo da doença do meu pai, que a minha mãe tava sozinha, eles decidiram vir, entende? Junto da mãe e tiveram essa ideia, de comercializar, de produzir esses produtos coloniais. Eu e meus irmãos [...] (Empresário CX).

[...] quando eu abri a agência, me chamaram de loca! E faz 15 anos que nós estamos aqui, entende? Só que tu não pode ficar esperando pelo prefeito, não! Tu tem que acreditar primeiro em ti. [...] (Empresário FR).

[...] No início, a gente fazia só rapadura, geleia, chimia e depois a gente criou o ponto aqui pra vender e a gente vendia fora também, em Santa Maria, a gente fez uma pequena cabana e fomos vendendo, e conforme foi aumentando a necessidade

do cliente a gente foi crescendo até o que tá hoje, começamos com 60 m², e hoje nós estamos com quase 1000 metros de área construída [...] (Empresário GT).

Então, o empreendimento foi assim: a gente pensou, mais como visionário, a gente nunca tinha trabalhado neste ramo. [...] e quando eu me aposentei, o meu cunhado me disse “amadurece aquela ideia”, porque, na ocasião, a gente tinha visto um empreendimento parecido com este, lá na Normandia [...] O restaurante começou nessa parte aqui, ali em cima era onde guardava a cachaça. Aqui faziam cachaça e moinho e tinha roda d’água, da família Aita, da minha esposa, que a gente pretende reativar ainda ela [...] (Empresário HS).

[...] Isso já começou há três gerações, nos anos 80, o negócio caiu devido a mudança de tributação e resolveram fechar. Meu avô continuou fazendo vinho, tinham duas peças aqui somente, depois passou para o meu pai e agora passou para mim. Na época do meu avô, era a renda principal. O parreral, a produção da uva, o processamento e a comercialização, isso era a renda deles. Depois que eles se aposentaram nos anos 80 e passaram para meu pai e para os primos, aí o vinho ficou aqui com pequena produção, acho que até mais por um hobby. Desde 2011, resolvemos ampliar as instalações e criar CNPJ, registrar no ministério, alvará, toda essa parte [...] (Empresário QP).

[...] essa casa onde hoje é um restaurante fazia praticamente uns 20 anos que tava fechada, abandonada. Essa casa nasceu pra ser comércio e foi criada e construída pra ser um bolicho [...]. porque não pensaram em um café colonial, um restaurante. Porque na época não existia nada na região, só existia um restaurante em Silveira Martins [...] Daí no ano de 99, a gente começou a reforma, com recursos próprios. E nós já mudamos muita coisa, praticamente, 100% de mudança, desde estrutura, eu tinha espaço pra colocar 64 pessoas. E hoje 110, praticamente dobrou a capacidade [...] (Empresário BY).

[...] A ideia do café colonial surgiu porque vendíamos produtos coloniais, vendemos ainda produtos coloniais, meus pais começaram há uns vinte anos atrás e por isso queríamos fazer algo parecido, mas que não fosse igual. Eu gostava muito da parte de café colonial, cafeteria, restaurante, aí tive essa ideia e resolvi implantar. (empresário LO).

No que diz respeito ao nível de endividamento e financiamento, dos treze entrevistados, apenas quatro deles confirmaram que fizeram algum tipo de financiamento nestes últimos anos, a maioria utilizou o capital próprio para abrir o negócio e prefere investir aos poucos, sem gerar dívidas que comprometam o negócio. Um deles utilizou o PRONAF para a construção do ponto de comercialização da agroindústria e outros três empresários fizeram financiamentos para comprar equipamentos, utilizando o cartão do BNDES.

Eu nunca me vali de financiamento. Sempre capital próprio. O que eu fiz: fiz um cartão BNDES, eu ganhei esse cartão pra comprar as cadeiras novas do restaurante, custo bem alto, comprei da Tonart. Aí usei o cartão. Aí uma ocasião, pra equipamento que tá na hora de novo da gente trocar [...]. Não sei se eu vou financiar ou não. Quase que aí é capital próprio que a gente usa. (Empresário AZ).

Não. Nunca fiz financiamento, é tudo nosso capital. A gente já olhou e já foi oferecido várias vezes, mas eu, por iniciativa minha, eu prefiro me organizar e guardar este dinheiro ou investir sem.. quanto menos juro que pagar, melhor. Linha de crédito hoje existe aos montes. O pessoal liga toda hora oferecendo. [...] Mas

como eu prefiro, investindo ao poucos, porque financiamento hoje em dia não é nada [...] (Empresário BY).

Olha, foi utilizado, mas acho que 60% eram de recursos próprios. E o restante, sim. Capital hoje é próprio. Financiamento não, hoje não existe nenhum financiamento. (Empresário CX).

Capital próprio, nunca tirei financiamento, sempre com o giro do próprio capital. (Empresário DN).

Nunca fizemos financiamento nestes 12 anos, nunca precisamos. (Empresário GT).

No início, hoje é capital próprio, mas no início foi com financiamento. A gente fez o financiamento com o banco BNDE. (Empresário HS).

Aquela vez que a gente fez o Pronaf [...] Com incentivo da Emater. (Empresário IR).

É capital próprio, busquei um empréstimo com a família apenas. (Empresário LO).

A visão dos empresários é de um planejamento que não comprometa a sua capacidade de endividamento, utilizando pouco os financiamentos disponíveis nas agências financeiras, a fim de diminuir as incertezas nas oportunidades de negócios, o que está em conformidade com a atitude do empreendedor de sempre calcular o risco, de maneira premeditada.

5.2 A percepção dos atores sobre o desenvolvimento do turismo

Os informantes (gestores públicos, empresários e representantes do terceiro setor) foram questionados sobre a sua percepção quanto ao desenvolvimento do turismo na região, buscando identificar quais seriam os problemas que inibem o avanço da atividade e, ainda, indagados sobre como eles observam as relações entre o município de Santa Maria e os municípios da Quarta Colônia em prol do desenvolvimento do turismo regional.

Os entrevistados relatam que falta empreendedorismo por parte da comunidade local, que as pessoas em geral têm “uma mente fechada”, “uma visão fechada e pequena”, que “as pessoas não têm vontade de crescer” e que a iniciativa privada fica cuidando do seu negócio e não se relaciona com os demais, sempre esperando que alguém faça por eles e não há “união do setor privado com o público”. O interessante que esses relatos aparecem de forma recorrente, em especial, na fala dos próprios empresários, o que já seria um passo em prol da mudança, já que os mesmos reconhecem as suas limitações, que, de certa forma, inibem o desenvolvimento do turismo na região. Um deles afirma que há pessoas que teriam condições

de investir em pequenos negócios no setor de turismo, mas que as mesmas não visualizam na atividade um ramo seguro para investir. Seguem alguns dos relatos dos entrevistados:

[...] Não avança porque as pessoas não têm vontade de crescer! [...] a gente fez na ocasião do SEBRAE uma rota técnica. Outros empreendedores participaram de uma rota de turismo, a gente ficou encantado com o que tem [...] (Empresário AZ).

Olha, eu vejo por aqui, Silveira, Polêsine, Faxinal, da região é enorme, muito pouco explorado, mas tem um potencial ... a nossa natureza é fantástica e depois onde vai pra Polêsine, Faxinal, aí tem aquela coisa assim “colonial” não entrou o comercial. Não é produzido pra quantias, que nem a serra, a serra é muito bonita, mas se tornou muito comercial. [...] E se as prefeituras mesmo fizessem um projeto bacana, ia ser muito bom, muito bacana. (Empresário BY).

Acho assim ó nossa região linda, maravilhosa, mas ela deveria ser mais explorada, [...] incentivo dos municípios [...] eu digo no sentido até de divulgação, entende? Da região, sabe? Que muitas pessoas passam despercebidas [...]. Aqui o povo tem uma mente muito fechada. Tem um potencial muito grande aqui pro turismo, que deveria ser mais explorado, mas infelizmente não é. (Empresário CX).

[...] Ainda existe uma visão muito fechada e pequena aqui, não se pensa muito além [...] com a entrada do SEBRAE de 2003 a 2005 [...] ali deu um estímulo na região, ali estava o forte do turismo na Quarta Colônia, foi o auge, até 2007 e 2008 começou a decadência [...] então, havia muito entusiasmo com relação ao desenvolvimento do turismo, e o que aconteceu, o SEBRAE se retira da região e começou a morrer, porque há uma certa dependência das pessoas em esperar que venham as coisas, o empreendedor daqui ele fica ali cuidando o negócio dele e não faz nada por ele, não promove, e espera que os outros venham fazer [...] (Empresário DN).

[...] Se eu tivesse com a nossa pousada pronta já estaria sempre cheia. [...] O pessoal daqui? Esses não investem. A cultura daqui é cultura pequenininha. Que pra crescer tem que botar dinheiro e com qualidade né. É tu tem cinco milhões na poupança e mora num rancho. (Empresário EW).

[...] A iniciativa privada poderia fazer mais, mas ela já está fazendo a sua parte, existem novos negócios que estão sendo criados, mas falta uma questão no conjunto, o destino em si. Há muitos anos se fala que a região tem potencial, mas parece que não se trabalha muito sério o turismo. Acho que falta infraestrutura. Sempre melhora um pouco, mas com um ritmo muito lento. Eu gostaria de ver isso andando mais rápido. Falta a união do setor privado, um diálogo bom e a união do setor público com o setor privado [...] (Empresário LO).

Identificamos um empreendedorismo individual, tradicional e entendemos que seria positivo avançar para uma perspectiva de empreendedorismo coletivo. O empreendedorismo coletivo ou compartilhado pode ser representado por formas de associativismo, que vão desde a criação de entidades de representação política e sindical, até ações como compras em comum, serviços pós-venda, prospecção e venda nos mercados externos, controle de

qualidade e aval solidário. As empresas de pequeno porte possuem muitas dificuldades que podem ser superadas com ações de um empreendedorismo coletivo (SACHS, 2003).

Santa Maria e Região, de acordo com as oficinas de planejamento, está em estágio 4 de desenvolvimento, e o que pontuou bastante foi essa organização regional, chega ser um contraponto a gente ter uma governança forte e não conseguir colocar isso em prática, porque eu entendo que a fragilidade está na questão privada, mas, pelos resultados, a gente está muito bem posicionado porque depois do nível 4 só o 5. Nós estamos organizados, entendemos o processo e agora é executar, a fragilidade está na execução [...] no empresariado, a gente tem uma fragilidade porque há ainda um perfil individualista do empresariado, não há um sentimento de cooperação. (Representante do Fórum Regional de Turismo).

[...] a população precisa acreditar. Precisa enxergar que você vem aqui com nosso empreendimento turístico, por exemplo, de apoio né, e dá certo. Qual é o problema de São João do Polêsine? O turista que vem no polo, ele não é enxergado pelo povo. Quem não vai a Vale Vêneto, não percebe o que acontece em Vale Vêneto, a questão turística. Quem não vai ao Recanto Maestro não conseguem entender os eventos que acontece lá. Então, isso dificulta acreditar, né. Mas a iniciativa privada ainda não despertou do que passa por aqui. [...] E essa não é uma cidade que tenha pouco dinheiro não. Ela tem, é só olhar os bancos que nós temos aqui. É por isso que precisamos desafiar e desacomodar [...] (Político A – São João do Polêsine).

Outro fator apontado é a falta de políticas públicas, de ações mais efetivas e concretas por parte dos gestores públicos para a promoção do turismo e para a ampliação de estratégias de desenvolvimento do turismo, as quais são ações pontuais e sazonais, apontando a falta de continuidade.

[...] Muito pouco foi feito pra vender a região, toda a nossa região, na parte de turismo, nós estamos muito parados, não evoluiu nada, nós estamos atrasadíssimos, se comparar a Serra Gaúcha nós estamos anos luz atrás [...] falta restaurantes típicos regionais, e nós aqui não preservamos a nossa cultura [...] O turismo, ele acontece na nossa região é no final de semana, só que final de semana a maioria dos empreendedores estão fechados, como é que tu vai fazer a coisa funcionar, aqui em Agudo mesmo tu tens a Casa do Artesão e o museu que a Gerdau ajudou a construir mas se tu vai ali tá fechado [...] (Empresário GT).

Tá chegando muito turista, com pouca coisa pra ver. [...] O poder público não dá força pra isso. Por exemplo: tem um museu em Silveira Martins. O movimento do turista tá entre sexta, sábado e domingo. Onde deveria ser aberto isso ali. Sábado e domingo fecha. Então as pessoas vêm aqui, o que mais que tem assim, tem o mirante, a torre cilíndrica da Igreja, única da América [...] (Empresário HS).

O turismo na Santa Maria e região tem um potencial enorme, só que nossos dirigentes não acordaram ainda. Faz 15 anos que eu estou trabalhando com o

turismo receptivo e não vejo essa vontade, essa garra de mostrar Santa Maria e região, por parte dos nossos dirigentes [...] (Presidente da AHTURR).

[...] Às vezes o empresário “olha, isso é coisa do governo, ele que tem que se virar” não é! O governo vai dar as coordenadas e vai apoiar, tem que apoiar, tem que tá junto. Agora, quem vai desenvolver o turismo é a iniciativa privada, como aconteceu na Serra Gaúcha, vários locais que estão desenvolvendo... a iniciativa privada tem que trabalhar, tem que fazer, tem que abrir essa visão [...] (Representante do COREDE).

A gente tem as potencialidades, mais ainda carece muito da qualidade dos serviços, depende muito do setor empresarial investir cada vez mais. Porque tem regiões que não têm atrativos turísticos e a iniciativa privada vai lá e cria, eu vejo a região de Gramado e Canela e a nossa região é tão bonita quanto, o que temos de cascatas por aqui, mas falta essa articulação, de se ter mais empresas de turismo focada no receptivo [...] (Representante da ADESM).

[...] entendo que a Quarta Colônia, na verdade, ela tem uma marca. E houve um momento, acredito eu, que a Quarta Colônia ela se identificou entre si. Ela se autodesenhou para o turismo [...] e hoje eu percebo que essa agregação já foi mais forte [...] O caso de Silveira Martins, Silveira Martins tem uma vizinhança maravilhosa, que é o Vale Vêneto. O Vale Vêneto carrega Silveira Martins e carrega São João do Polêsine, o nome desses dois municípios pra mim são consagrados no Festival de Inverno de Vale Vêneto. Então, é um festival internacional, os dois municípios acabam sendo conhecidos. O que fazem? Eles reúnem ali o que tem de melhor na música durante aqueles dias. Tem igrejas, tem capelas, tem, tem, tem... não tem uma ação durante o ano [...] (Político B – Santa Maria).

O fluxo de visitantes, em sua maioria, concentra-se aos finais de semana e outra limitação apontada para o desenvolvimento do turismo é a falta de atrativos abertos que possibilitem a ampliação da permanência dos visitantes nos municípios, porque os locais estão fechados, os museus, as lojas do comércio em geral, centros de informações turísticas, as propriedades onde estão as cascatas, enfim, é precário o acesso aos atrativos turísticos da região.

Outro aspecto evidenciado nas falas de alguns dos informantes é a referência que eles fazem da Serra Gaúcha, como um exemplo de região desenvolvida para o turismo, cenário onde há investimentos da iniciativa privada. Porém, é positivo que alguns dos entrevistados reconhecem que a microrregião da Quarta Colônia tem outras peculiaridades, como a sua paisagem, a cultura e a localização geográfica, o que a torna incomparável com o estágio de desenvolvimento do destino turístico “Serra Gaúcha”. Sendo assim, para atender as peculiaridades de cada espaço, o desenvolvimento sustentável tem como ponto de partida o desenvolvimento em nível local, que, para Buarque (1999), consiste em 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 das bases econômicas e na

organização social em nível local, resultante da mobilidade das energias da sociedade, explorando as suas capacidades e potencialidades específicas (BUARQUE, 1999, p.23)

Os entrevistados fazem referência também à precariedade no acesso das estradas, tanto aquelas asfaltadas que já precisam de reparos, quanto às estradas das linhas rurais que sofrem com as más condições, tais observações são citadas como pontos problemáticos para o desenvolvimento da sua região. É limitado ainda o sinal da telefonia móvel em muitos dos municípios da região e apontam também a falta de sinalização turística. Todos estes são elementos que expõem a fragilidade do Conjunto da Organização Estrutural do SISTUR da microrregião, no que diz respeito à infraestrutura básica (BENI, 1998).

[...] a gente tem sim, alguns pontos fracos... sinal telefônico. Comunicação é ruim. Internet também, se não for via rádio, que às vezes também fica limitado. O acesso até tá tranquilo, o asfalto tá meio judiadinho. [...] Já a mão de obra, essa sim, vai começar a ficar bem complicado... a gurizada nova também, não quer muita coisa. Não, e não querem nada com o serviço também. (Empresário BY).

[...] Temos carência de sinalização turística, de *souvenirs*. A pessoa chega em Silveira, por exemplo, e não sabe onde ir, pois faltam informações turísticas para a pessoa se guiar, acesso até os atrativos. [...] (Empresário LO).

Estradas, pra nós, se chover, por exemplo, eu não posso entrar em Arroio Grande. A água vem à tona. São estradas, telefones, a gente não tem acesso – aqui, por exemplo, na Quarta Colônia tem vários municípios que a gente não consegue acessar o celular. Esses meios de comunicação mais simples pra nós ainda é precário. (Representante da AHTURR).

A gente procurou muita coisa tipo assim, acesso pro restaurante, chegada pro restaurante, onde sempre precisou do auxílio do poder público, mas não tem, o poder público aqui não se interessam pelo turismo e é uma das grandes brigas que a gente tem pra eles. É dizer pra eles que pra ter turismo tem que ter investimento. E aí um joga pro outro. A prefeitura, eu fui lá e eles dizem que compete ao DAER, tem que ter força política né? Falta sinalização, estradas melhores, acostamento... não tem nada disso. Estrada péssima. De noite, o pessoal deixa de vim, principalmente, a infraestrutura não existe. Outra coisa é a linha de celular, é uma função, porque essa nossa linha é uma linha particular. Facilmente nós estamos sem telefone [...] (Empresário HS).

No turismo, já mobilizaram pra mandar fazer novos indicativos de localização, essa sinalização, pra mim não resolve, o que adianta ter uma placa indicando o ponto no cerro lá se ele precisa de tudo, se o tobogã não funciona, e isso não é só eu aqui, todos os secretários estão pensando igual [...] O acesso que é o grande problema, e acesso pra mim não é da faixa até o pórtico, eu tenho lugares fantásticos, eu já recebi e-mail de pessoas que queriam conhecer a Casa Frielich em Dona Francisca, mas eu mato um cara que vem de Porto Alegre com um carrão por causa das pedras, pra ver

a casa, ou a cascata do Segatto, a Furna do Morcego, eu tenho lugares, como todo o interior dessa região tem, [...] e a gente sofre e é apertado não por esse governo do Estado, mas por todos, sobe a serra de Silveira, é lindo! Aqui eu tenho também, mas tu acha que alguém quer cair na estrada de chão? [...] só vai aqueles que vêm pra trilha, esporte de aventura [...] (Político C – Dona Francisca).

Atentos à visão sistêmica do turismo, para que o turismo possa funcionar é preciso que aos atrativos turísticos e ao empreendimento turístico acrescente-se a infraestrutura, o que, na economia moderna, entende-se pela disponibilidade de bens e serviços para sustentar as estruturas sociais e produtivas. Os investimentos em infraestrutura (telefones, estradas, pontes, moradias, represas, etc.) também são chamados de capital social fixo, onde se tratando da expressão física, a infraestrutura pode formar uma “rede”, tendo como uma das funções primordiais a conexão entre si dos assentamentos humanos, possibilitando a circulação de pessoas, mercadorias, energia e notícias. Quando as linhas e os canais que facilitam esses deslocamentos entrecruzam-se, vai se formando um território com uma trama cada vez mais complexa e dinâmica (BOULLON, 2002).

5.3 Período anual de maior visitação e perfil dos visitantes

Quando questionados sobre o período de alta e baixa temporada, a maioria dos empreendimentos entrevistados atribui a alta temporada aos meses de abril a novembro e a baixa temporada de dezembro a março. Atribuímos tal delimitação do período ao perfil dos empreendimentos gastronômicos que oferecem um cardápio que se adequa mais para o inverno e também porque de dezembro a março é o período de férias escolares e muitas pessoas viajam, não permanecendo na região. Porém, com o investimento na climatização dos restaurantes, muitos empresários relataram um bom fluxo de visitantes também durante o verão. A exceção fica nos empreendimentos localizados próximos aos balneários, onde a alta temporada é, logicamente, no verão.

Não tem mais. Já teve e hoje é parelho. Por exemplo, a gente tinha baixa em janeiro e fevereiro. E são coisas muito legais da gente observar. Desde que eu botei ar condicionado no restaurante, não tem mais baixa. [risos] pessoal não vinha quando não tinha. (Empresário AZ).

Abril a outubro! Aí sim, é a alta temporada. Se bem que os últimos dois anos, o verão tem sido bom, comparado com o início é, é bem bom. A nossa comida é mais tipo inverno né? Risoto, sopa de agnoline, e antes nos outros restaurantes era bem assim, menos da metade dava movimento. Chegou dar uma queda de 30%. Teve domingos agora em janeiro que deu o movimento como no inverno. (Empresário BY).

Não chega a existir período de baixa e alta, mas esse verão foi atípico, eu evitei caminhadas, fez muito calor, porque as temperaturas altas como estava tu coloca as pessoas em risco, mas em outros anos se promove no festival das Uvas e das Águas em Silveira, no carnaval, agora em maio eu tenho outra que já está com as inscrições quase fechadas, que é a 8ª edição dos Caminhos da Imigração Italiana, alusivo à chegada dos imigrantes aqui em Silveira Martins [...] (Empresário DN).

A baixa é só mês de fevereiro, nos quatros anos que a gente está por ai, só fevereiro. O resto é alta. (Empresário EW).

Ah alta é de junho em diante. Junho, julho e agosto, todos sábados e domingos. São três meses fundamentais pra vida do restaurante. Os únicos dias que o restaurante fecha é natal, ano novo e sexta-feira santa. (Empresário GT).

[...] o verão tem os balneários né, o pessoal passa muito nos balneários e eles sempre chegam pra comprar uma coisinha, sempre tem um ou outro que compra. O inverno, o pessoal come mais né. Vende também, mais ou menos bem. Mas a gente vende no inverno. Mais assim mais é final de semana. Começa sexta, sábado, domingo, pode esperar que o pessoal tá chegando. (Empresário IR).

Abril até novembro. Fora da alta temporada eu abro, mas somente com reserva, porque acabo fazendo alguns eventos, jantás, almoços ou alugo o espaço também, mas só na época de baixa demanda, de dezembro até março. (Empresário LO).

A sazonalidade é, geralmente, vista como um dos principais problemas enfrentados nos destinos turísticos, de acordo com Lohmann e Panosso Neto (2008). A maioria das organizações que compõe a cadeia produtiva do turismo é do setor de serviços e, portanto, a sazonalidade traz problemas também pela incapacidade de estoque da oferta (LAGE; MILONE, 2000).

Tanto os dados das entrevistas quanto dos questionários aplicados junto aos visitantes (tabela 9 e 10) identificaram o perfil dos turistas e a origem do público que visitam os estabelecimentos (anexo 3), na sua maioria, são famílias oriundas da região Central, região da Campanha e Fronteira Oeste do Estado do Rio Grande do Sul, possuindo domicílio no máximo a 200 quilômetros da cidade. Em minoria, mas também são citados turistas estrangeiros, como italianos, franceses, alemães e africanos, que vêm por motivo de pesquisa, estudo, intercâmbio com as universidades, ou no caso dos italianos, por intermédio da Sociedade Italiana.

[...] O público de restaurante é quase todo de Santa Maria. Da hospedagem sim, a gente se surpreende, porque vem gente da onde tu não espera. Hoje tem clientes da região de Santa Cruz, bastante, Venâncio, aquela região ali. Dessa área de região de Cruz Alta, Julio de Castilhos, Tupanciretã, região de São Gabriel, também, porque é também bem interessante assim, porque nosso público base são casais que vêm passar o final de semana. De 18 a 60 anos [...]. (Empresário AZ).

Basicamente é família. A maioria de Santa Maria, claro que eventualmente, tem clientes de São Sepé, Tupanciretã, até de Agudo, de outros municípios. Mas vem em menor quantidade do que Santa Maria. Tem o pessoal que vem de fora, Rio de Janeiro, São Paulo, da Itália... Pessoal da Alemanha... (Empresário BY).

De Cachoeira do Sul, enfim, excursão de São Vicente, entende? As excursões, um público que vem conhecer a região. Muito turista, assim, não é, a gente identifica, mas a gente tem uma série de turistas assim de Santa Maria. (Empresário CX).

Eu não trabalho muito com o público daqui, porque o público daqui ele entra em alguma caminhada de final de semana, curta e barata, [...] o meu público é geralmente de aposentados, pessoas viajadas, do Brasil inteiro, da região metropolitana vem muito aos finais de semana [...] (Empresário DN).

Tem o pessoal que vem em grupo já e tem espaço pra 200 pessoas bem acomodadas no café, mas tem gente que liga pra agendar, ano passado a gente tinha 120 lugares e a gente ampliou. O pessoal sempre liga. Vem de Santa Maria, Cachoeira, Santa Cruz, da Quarta Colônia, tem pessoal que tá passando e chega, porque que é na estrada né. (Empresário GT).

Santa Maria, Caxias, Cachoeira, Santa Maria acho que é 50%. Nós temos um público que até eu digo assim: restaurante tem público do mundo inteiro, tu viu ali o pessoal eram africanos [...] o pessoal vem pra a universidade e é indicado aqui ao restaurante. Iiiii, tem de toda região. Desde a Quarta Colônia, fora a Quarta Colônia tem região de São Gabriel, Alegrete, de Caçapava [...] (Empresário GT).

[...] essa semana, eu recebi três casais da França que tavam passeando na região. Eles comentaram, eu não entendi o que ele falou, tinha uma que traduzia o que eles falavam, aí ela disse que eles foram até a cidade e não encontraram o que eles queriam e aqui eles encontraram o produto colonial [...]. (Empresário IR).

Temos uma boa parte das pessoas que são de Santa Maria, mas também tem outras pessoas que não são de Santa Maria, mas vem para Santa Maria, por familiares, para conhecer alguém ou para conhecer a cidade e acabam vindo para a Silveira Martins, esse é o principal público (Empresário LO).

Na interpretação do grupo gestor do APL de Turismo da Região Central (2013), a demanda turística consumidora é regional e inter-regional, a qual se apresenta como “consumidores internos” assíduos dos atrativos da região. O setor de Turismo da Região é evidenciado a partir dos segmentos de Eventos, Religioso, de Aventura, Cultural, Gastronômico, com potenciais em segmentos como Rural, Ecoturismo, Paleontológico e de Saúde (APL de Turismo Região Central, 2013). Sendo assim, a maioria dos visitantes da

microrregião destino Quarta Colônia é de origem de Santa Maria, sendo o município o principal emissor de visitantes.

Tabela 9 - Município de origem dos visitantes da Quarta Colônia nas festividades.

Município	Frequency	Percent
Santa Maria	80	60,2
Faxinal do Soturno	7	5,3
Porto Alegre	5	3,8
Nova Palma	4	3
Agudo	3	2,3
Paraíso do Sul	3	2,3
Arroio Grande (SM)	2	1,5
Caxias do Sul	2	1,5
Florianópolis	2	1,5
Horizontina	2	1,5
Ivorá	2	1,5
Alegrete	1	0,8
Arroio do Tigre	1	0,8
Augusto Pestana	1	0,8
Caçapava	1	0,8
Cachoeira do Sul	1	0,8
Campo Grande	1	0,8
Dom Pedrito	1	0,8
Gravataí	1	0,8
Palmitinho	1	0,8
Restinga	1	0,8
Rincão do Pinhal	1	0,8
Rosário do Sul	1	0,8
Santa Barbara	1	0,8
São Gabriel	1	0,8
São Sepé	1	0,8
Silveira Martins	1	0,8
Tramandaí	1	0,8
Total	129	97
não respondeu	4	3
	133	100

Fonte: elaborado pela autora, dados coletados na pesquisa de campo no ano de 2012 e 2013.

Tabela 10 - Estados de origem dos visitantes da Quarta Colônia nas festividades regionais.

Estados de origem	Frequency	Percent
RS	126	94,7
SC	3	2,3
MS	1	0,8
Total parcial	130	97,7
não responderam	3	2,3
Total	133	100

Fonte: elaborado pela autora, dados coletados na pesquisa de campo no ano de 2012 e 2013.

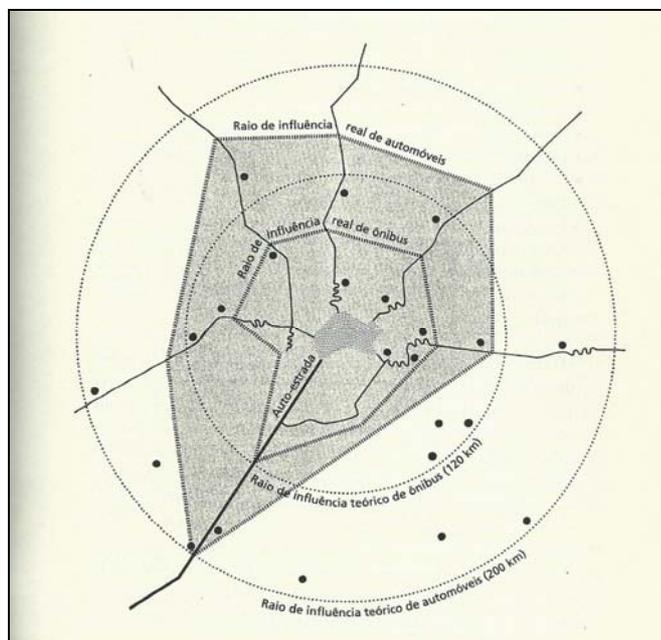


Figura 29 - Raio de influência dos centros turísticos

Fonte: (BOULLON, 2002)

A figura 29 mostra graficamente o modelo apresentado por Boullón (2002) de um caso imaginário, concebido para sintetizar em um só exemplo a maioria das situações possíveis que envolvam o fluxo de visitantes, utilizando, em seus deslocamentos, ônibus ou automóvel. Esses limites são postos por Boullón (2002) como ideais, porque supõem que todos os caminhos da rede viária, independente do relevo topográfico e do montante de investimento que isso implica – entendendo que os limites máximos estabelecidos são proposições e seu raio de influência é flexível. Tendo-se estabelecido previamente as distâncias máximas dentro das quais se encontram os locais que possuem interesse turístico, passa-se a contar como um

dado técnico que permite enquadrar as ações de superestrutura turística local, encarregada de regular as operações de cada centro turístico. As maiorias das cidades de origem dos visitantes citadas pelos entrevistados atende a proposta do raio de influência de automóveis em 200 km (entre as cidades de Santa Cruz, Venâncio Aires, Cruz Alta, São Gabriel, Cachoeira do Sul, Tupaciretã e outras).

[...] nós temos o polo Luis Pozzobon, hoje quem nos traz maior número de visitantes é o polo cultural turístico religioso, veja que no domingo a gente vai ter o nordeste aqui umas 50 pessoas. A vinda do Papa trouxe pra nós 250 jovens de vários países. Quando que você poderia imaginar que com a vinda do papa no Rio de Janeiro você ia ter aqui turistas! [...] E o João Pozzobon tem nos trazido um turismo internacional, que nem a Secretaria do Estado do Turismo sabia e muito menos Santa Maria tem esses dados como nós temos. Porque, como a cidade é pequena, você vem, eu registro. Uma cidade grande, se não tem uma porta de entrada para registro, isso não acontece. E nós no ano passado, recebemos mais de 3 mil turistas e a maioria fora do estado e do país [...]. (Político A – São João do Polêsine).

[...] a gente tem seguidamente um pessoal da Itália que vem ai, o CONDESUS até já liderou uma vez isso ai, a Sociedade Italiana, mas tu quer ver uma coisa, vem um grupo de italiano, o pessoal da Sociedade Italiana de Santa Maria que lidera a nossa região acertou com eles, vocês vão pra Quarta Colônia! No município de Dona Francisca, Faxinal, Polêsine, tra lá lá, são 30 participantes né! então cada cidadão de Dona Chica hospeda um ou dois na sua casa, ai tu dá o café da manhã, ai vão andar de bicicleta por Polêsine e almoçar em Nova Palma, lá deram o almoço pra eles, ai voltam pra dormir em Dona Francisca, damos a janta pra eles, no outro dia de manhã o café da manhã, não gastaram um centavo! Os caras ficaram um mês na região, andaram por aqui, por ali, e não gastaram um pila, o que adianta esses caras virem pra cá? Turista tem que gastar no município, pro município se desenvolver, e já aconteceu isso várias vezes, nada contra, eu mesmo hospedei um prefeito de uma cidadezinha pequena de lá, mas assim não adianta, tem que render pro município [...] (Presidente do CONDESUS – Prefeitura de Dona Francisca).

Já quando se trata de um produto turístico diferenciado, para além da contemplação da paisagem e da degustação da gastronomia regional, há um público segmentado de visitante, conforme citados nas fala do político A de São João do Polêsine e do presidente do CONDESUS. São turistas que vêm por intermédio das agências receptivas, ou por motivo de intercâmbio e estudos, ou, ainda, o fluxo provindo do turismo religioso, a exemplo, motivados pela devoção ao Diácono João Luiz Pozzobon. Alerta-se para o exemplo dos intercâmbios sem a inversão de recursos para os municípios, uma prática que deve ser revista em virtude das expectativas econômicas que o turismo deveria atender para a comunidade regional.

5.4 A fragilidade no campo da informação, comunicação e divulgação

As categorias de informação e comunicação contribuem para a dinâmica de uma rede, auxiliando na interpretação da intensidade, ou não, dos laços que permeiam a noção de capital social. São analisados os meios pelos quais os atores recebem e geram as informações e fazem circular os seus conhecimentos e as suas inovações, permitindo a existência de trocas entre eles.

Buscamos identificar de que forma as pessoas acessam, ou não, as informações e, ainda, averiguar quais são as fontes de informações disponíveis. Identificamos nos relatos que muitos gestores municipais da região desconhecem as políticas públicas do governo do estado, como, por exemplo, as políticas de fomento para APL, sendo que a grande maioria dos gestores públicos foi alertada pelos atores que lideraram, naquele momento, o processo de reconhecimento do APL de Turismo. As informações estão na internet, nos jornais, nas rádios comunitárias, cabe aos atores buscá-las e fazer circular por seus pares e possíveis interessados.

Outro aspecto identificado foi a precariedade de encontrar informações integradas, de estratégias de comunicação que apresentem uma articulação entre os municípios e a região, originando a falta de uma promoção regional integrada.

Muitas das informações não se têm que esperar que caíssem do céu, é papel da gente estar sempre correndo atrás, e a gente tá sempre se interando das políticas públicas e justamente em muitas reuniões que eu tive no interior. O pessoal não conhece a política industrial do estado, não sabem o que é um APL, não conhecem as políticas que permeiam tanto o governo estadual quanto o governo federal. (Representante da ADESM).

O acesso às informações está mais fácil por um contexto mundial, talvez as pessoas não saibam aonde procurar, a própria ADESM tem um site com dados de Santa Maria e região. Um dos objetivos do APL é de se ter um portal, onde lá se tivesse os dados e todos os eventos da cidade, isso talvez seja importante, mas acho que não se tem dificuldade no acesso às informações, se as pessoas tiverem disposição pra procurar as informações estão disponíveis. Até porque o nome de Santa Maria, devido aos últimos acontecimentos, as pessoas associam, em qualquer lugar que tu vai, as pessoas têm uma referência [...] (Representante do SEBRAE).

Eu acredito que a gente teria que dar um passo maior, senão acaba ficando tudo concentrado em um município e na secretaria de turismo do município polo, hoje a gente acaba participando de vários eventos na área de turismo e um município leva todos os outros. Mas as informações via internet, que as informações estejam conectadas umas as outras, eu acredito que a gente tem uma deficiência muito grande, tanto que a gente tem uma deficiência em promoção regional. Esse movimento que sempre foi puxado pelo município de Santa Maria de também promover os outros municípios e a região por vezes não é suficiente, a gente

precisaria de mais esforço para promover a região em conjunto. (Representante do Fórum Regional de Turismo).

Na visão de Albagli e Maciel “nessas interações locais, desenvolve-se um conhecimento coletivo, o qual é diferenciado e desigualmente distribuído, podendo ou não constituir importante fonte de dinamismo para aquele ambiente” (ALBAGLI; MACIEL, 2004, p. 11). Porém, esse conhecimento coletivo não é simplesmente a soma de conhecimento de indivíduos e organizações, mas sim é o resultado de sinergias geradas pelos vários tipos de interações, inclusive na sua interseção com a circulação globalizada de informação e conhecimento. Ou seja, é preciso que as informações sejam processadas para gerar conhecimento, que circule entre os atores e isso não foi identificado nas falas dos entrevistados, não há interações representativas explicitadas que façam com que as informações exerçam esse papel de coletividade.

Todavia, destacamos que um dos empresários das agroindústrias apontou a participação do mesmo em feiras e exposições promocionais como estratégia de divulgação, ele participa de uma rede de agroindústrias familiares, incorporada à marca “Sabor Gaúcho”, e, dessa forma, divulga o seu empreendimento no Estado do RS e em outros estados brasileiros, e, por conseguinte, divulga a região da Quarta Colônia. Tais ações espelham uma estratégia em rede, mesmo que sejam com outros pares do mesmo setor das agroindústrias de outros territórios, mas que já denota uma mudança de um trabalho individualizado para uma incipiente ação coletiva.

Quando questionados sobre as formas de divulgação de seus produtos e serviços, os informantes, na sua maioria, responderam que utilizam a estratégia do “boca a boca” como a forma mais expressiva, sendo que alguns utilizam a internet, rádio, jornal e propaganda na televisão.

Nossa maior divulgação é pessoalmente... O pessoal mesmo que vai... boca a boca. É o pessoal que vem e gosta e leva o cartãozinho e indica... A gente investiu muito pouco nesses anos todos em propaganda [...]. (Empresário BY).

[...] porque, assim, é, desde 1998, então a gente já fez um nome também. Então, vem muitos clientes que ligam, a gente participa de muitas feiras, né. A gente participa de feiras no Brasil [...] a gente faz todo sábado no projeto “esperança e cooesperança”, todo mês tem uma semana na 24 horas, em Santa Maria [...] a gente fez a Festa da Uva, nós estamos na Expo direto, em Não-me-Toque, na Expointer, nós temos a Senafra em Brasília [...] (Empresário CX).

Estamos planejando um *site* novo [...] A divulgação que eu faço hoje é muito pouca, é pelo *facebook*, [...] eu só lancei a data e o programa e não fiz mais nada, a caminhada por si só se vende, porque um passa pro outro [...] (Empresário DN).

Tem propaganda na TV, rádio, jornal, internet, *front page*, o boca a boca faz a grande diferença, é melhor que muito comercial por ai, comercial é caro e então a gente vai divulgando no corpo a corpo [...] (Empresário GT).

Nós começamos aqui, nosso comércio foi de boca em boca, nós não fizemos propaganda, não botamos em televisão, em nada. (Empresário IR).

Por enquanto somente no boca a boca. A logomarca, eu ganhei de uma vizinha nossa que tinha um conhecido que trabalha na parte de *designer*. Agora estou participando de um projeto da universidade e vão fazer toda identidade visual das agroindústrias, estou esperando isso para dar uma remodelada, fazer um rótulo mais profissional, placa de localização, dentre outras coisas necessárias. Na verdade, nem precisaria de folder, pois é um produto que se vende por si só. (Empresário JG).

Uso jornal todos os finais de semana, tenho no caderno mix todos os sábados, pois a edição é sábado e domingo, já usei rádio na temporada passada e cheguei a usar TV por assinatura, TV Santa Maria. (Empresário LO)

[...] a divulgação está acontecendo algo natural. Lá em 1994, 95, primeiro trabalho, também baseado junto com a UNIFRA, e a Cacism de Santa Maria [...] e com isso nós mostramos a Quarta Colônia em Porto Alegre, em Caxias do Sul. E agora com o avanço também da questão do turismo religioso, nós não precisamos fazer muita propaganda, surgiu muito ao natural. E a curiosidade de conhecer a Quarta Colônia, foi muito grande. [...] Então, isso é um trabalho que se faz conjunto. Entre os municípios, um município divulga o outro. Então, quando você quer saber o que é que tem lá no outro município [...] (Político A – São João do Polêsine).

Quanto à promoção do destino Quarta Colônia, a divulgação institucional/pública, o Político AF, de São João do Polêsine, faz referência às ações promocionais feitas desde o princípio da existência do CONDESUS, citando a divulgação em eventos promocionais na região metropolitana, em parceria com a UNIFRA e CACISM, estando, naquele momento, a Quarta Colônia integrada com a Câmara de Indústria e Comércio de Santa Maria e com o Centro Universitário Franciscano – UNIFRA em virtude do Fórum Regional de Turismo que sempre foi coordenado pelo Cursos de Turismo desta instituição de ensino superior, uma interação que envolve a microrregião e as instituições da cidade polo, Santa Maria.

5.5 Ações de capacitação para os atores e seus colaboradores

Os entrevistados foram questionados quanto à participação dos mesmos e/ou dos seus colaboradores, em algum curso de treinamento e capacitação de recursos humanos, nos últimos três anos. Em suas respostas apareceram as seguintes instituições: Ministério do Turismo, SEBRAE, EMATER, SENAC, SENAI, SESI, AHTURR e UFSM.

[...] todos os setores de turismo: ecoturismo, artesanato, hospedagem, restaurantes, todos os setores se trabalhou [...] meios de hospedagem, na questão dos restaurantes, a gente teve muitas reuniões e questões práticas [...] muitos outros empreendedores que começaram juntos, na verdade depois pararam, porque o Sebrae puxava o pessoal. Eles tinham os técnicos que coordenavam os encontros. Nós trabalhamos todos os 9 municípios juntos, mas de certo modo, cada um por si. Então, quando chegou numa fase de integrar, todos os municípios, pro turismo começar a funcionar mesmo, mas daí mudou os governos municipais. Era uma coisa irrisória que as prefeituras tinham que repassar pro Sebrae [...] Eu, como eu sempre me virei sozinho, eu continuei. Mas muita gente parou. (Empresário AZ).

O Qualifica Brasil, que foi via Ministério do Turismo. Foi aproveitado, tinha bastante coisa que a gente não conhecia [...] Fizemos agora o da vigilância e fizemos “boas práticas” também [...] (Empresário BY).

[...] a Emater sempre capacitou para a produção de conservas e dos doces, de receitas, eles já têm uma prática porque as comunidades se reúnem pra fazer o almoço das festas, então elas sabem fazer comida pra bastante gente, o que eu fiz foi dar dicas pra não usarem tanta gordura, vamos usar o que vocês têm, não vamos comprar maça pra botar no café, tem fruta da época, tem figo, então eu faço reuniões com eles, bem antes e próximo do evento [...] (Empresário DN).

Um dos objetivos do plano estratégico do SEBRAE é a capacitação dos empresários da área de turismo, hotelaria, gastronomia, e dentro desta ideia nós começamos a montar, junto com a AHTURR, um plano de capacitação buscando empresários para participar. Nós estamos trabalhando com uma meta de 20 empresas no mínimo, e já estamos com 13 empresas [...] (Representante do SEBRAE).

[...] A Emater trabalha com o turismo rural, o Sebrae na qualificação, o Senai tem trabalhado com alguns cursos, o Sesi, o Senar. Então, acho que todo esse conjunto tem nos ajudado. Nós tivemos um projeto muito grande, bancado, uma parte pelos municípios, mas o maior percentual com recurso do governo federal, através do Sebrae. Foi quando se mexeu realmente com toda essa região. E hoje nós estamos qualificando as agroindústrias, através da Abengoa¹¹, com recurso de medidas compensatórias [...] (Político A – São João do Polêsine).

Curso é o que a gente mais faz, é SEBRAE, é SENAC, todo curso se aprende alguma coisa, às vezes até relembra o que já tinha esquecido, porque tu se acomoda às vezes, os funcionários também fazem [...] (Empresário GT).

[...] Nos últimos anos, fizemos o Qualifica Brasil, mais antigo, de 2010, fizemos um curso do Senac de Boas Práticas, acho que esses foram os últimos (Empresário LO).

Eu trabalhei em 2005 e 2006, não naquele projeto grandioso do SEBRAE, mas ainda tinha ações, foi no projeto da Casa da Quarta Colônia, uma das reivindicações de todos os secretários é o retorno do SEBRAE, eu acho que todos os municípios precisam. (Político C – Dona Francisca).

[...] Teve várias ações, com o SEBRAE, com a UFSM, capacitamos uma quantidade de agricultores nos municípios pra diversificação, os municípios botaram dinheiro, o governo federal, através do MDA e capacitamos todo esse pessoal por ai, a ideia era

¹¹ Abengoa Brasil é um grupo de negócio de engenharia, construção e infraestruturas de tipo concessional, uma companhia que aplica soluções tecnológicas inovadoras para o desenvolvimento sustentável nos setores de energia e meio ambiente, gerando eletricidade a partir do sol, produzindo biocombustíveis, dessalinizando água do mar e reciclando resíduos industriais. Disponível em: http://www.abengoabrasil.com/web/pt/quem_somos/nossa_companhia/abengoa_brasil, acesso: 01 de maio de 2014.

criar a Casa da Quarta Colônia, obra do CONDESUS, era pros agricultores formarem uma cooperativa, chegou no final e eles não quiseram, depois que estavam capacitados, uns quiseram trabalhar por conta, montaram um negocinho aqui, um negocinho ali, viram que não ia adiantar porque sabiam que não ia adiantar trabalhar pra cooperativa porque eles iam produzir e tinha 10 que não queriam, e aqueles 10 iam quebrar a cooperativa, então, eu vou por conta, e foi o que aconteceu [...] (Presidente do CONDESUS – Prefeitura de Dona Francisca).

Constatamos que muitos dos entrevistados relatam com aprovação o trabalho do SEBRAE na região, apesar de ter ocorrido já há bastante tempo, no período de outubro de 2002 a março de 2003, é recorrente em diversos momentos das entrevistas e permeia o discurso dos atores ora do setor público, ora do privado, de que eles gostariam que essa instituição voltasse com as capacitações específicas para o setor de turismo. Porém, esse trabalho também teve dificuldades no momento de integrar os municípios, muitos estavam trabalhando sozinhos, faltou confiança entre os produtores rurais para concretizar o projeto da Casa da Quarta Colônia. Alguns agricultores preferiram abrir o seu próprio ponto de comercialização, fizeram as capacitações, prepararam-se, mas depois optaram por abrir o seu próprio negócio, “seguir por conta”, o que acarretou na necessidade de um município assumir o espaço, no caso Restinga Sêca, acabando por licenciar o ponto comercial para apenas um empresário local.

Para Putnam (2000), a confiança é a expectativa de reciprocidade que as pessoas de uma comunidade têm acerca do comportamento dos outros, baseadas em normas compartilhadas. Neste caso, um não confiou no outro para que o projeto se tornasse uma realidade e não quiseram comprometer-se de forma associativa. Na concepção de Coleman (1990) apud Fukuyama (1996), a capacidade de associação depende do grau em que as comunidades compartilham essas normas e valores e mostram-se dispostas a condicionar interesses individuais aos de grupos, aparecendo, assim, a confiança, que, no entender do autor, tem um precioso valor econômico.

Destacamos que, conforme relato do representante do SEBRAE, não há previsão de atuação por parte deste na área de turismo na Quarta Colônia, no momento eles estão atuando em alguns projetos na cidade de Santa Maria, atendendo a temática de organização e gestão de empresas de eventos, e, futuramente, será ofertada a capacitação para o setor, construindo em parceria com a AHTURR.

Observamos que não há cursos demandados pelos próprios atores e sim cursos que estão prontos, no catálogo das instituições, não há uma reflexão e planejamento para definir

demandas de capacitação e qualificação que sejam uma necessidade coletiva por parte dos empresários da região.

5.6 Inovação nos processos, nos produtos e na infraestrutura

A capacidade de gerar, processar, adaptar, recriar e aplicar o conhecimento, em concordância com as necessidades e especificidades de cada empresa, região ou território é tão importante quanto a capacidade de produzir novos conhecimentos. Para Albagli e Maciel, mais importante ainda é “[...] a capacidade de converter esse conhecimento em ação, ou mais especificamente em inovação” (2004, p. 10).

Os informantes empresários foram questionados quanto à introdução de alguma inovação na empresa, nos últimos três anos. Nota-se que são poucas as ações, algumas delas relacionadas à organização e ao processo de fabricação dos alimentos, nas agroindústrias, por exemplo, e outras de melhorias e ampliação do cardápio e da ampliação da infraestrutura nos restaurantes. Não há ações derivadas de um trabalho em conjunto, em rede, da troca de experiência entre setores da atividade turística.

Eu procuro estar sempre à frente da minha concorrência direta que é o hotel, né. Eu tô sempre propondo uma coisa nova que eles ainda não tem, ou não atendem. Isso é legal, porque tu te antecipas. E até mesmo com a própria comida, a gente sempre se preocupa em ter uma novidade. Para cada refeição, eu tenho uma sugestão diferente de cardápio. Mas a gente procura sempre colocar uma coisa nova, que a clientela do restaurante volta sempre, uma vez por mês, duas vezes [...] (Empresário AZ).

A gente tá num processo de expansão, tanto na parte física, como na produção. Então, a gente tá com uma linha agora de receitas novas, onde a gente vai começar a colocar no mercado em breve, a gente tá aguardando somente a legalização né. A gente vem com processo do Cispoa¹² já há 9 anos [...] (Empresário CX).

Vamos inovando a cada ano, colocando uma novidade, um algo a mais porque tem gente que vem todo o ano, tem caminhante que já vem há 10 anos. Inovação no produto/roteiro e na forma de organização também [...] (Empresário DN).

Inovação no cardápio, com peixes, bacalhau. E de produto com a instalação de um espaço de eventos na mesma propriedade, um salão de eventos. (Empresário EW).

A inovação é a ampliação do espaço, 2 *buffet*, estacionamento, saída de emergência, melhoramos a cozinha, a parte elétrica foi melhorada, câmara fria, sinalização,

¹² CISPOA: A Coordenadoria de Inspeção de Produtos de Origem Animal - **Cispoa** é o órgão da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Agronegócio do Rio Grande do Sul responsável pela inspeção de produtos de origem animal que são comercializados dentro do estado. A Cispoa atua em estabelecimentos de abate de bovinos, bubalinos, ovinos, suínos, javalis, aves, pescado e coelhos. Seus fiscais também trabalham junto a entrepostos de carnes, pescado, laticínios, mel, ovos e na industrialização de seus derivados.

sempre se investe. (Empresário GT).

No primeiro ano, não tínhamos uma preocupação com o cardápio, mas começamos a nos dar conta que deveríamos ter alimentos sem carne, para atender os vegetarianos [...]. Também devemos ter coisas sem glúten, pois houve demanda desse produto, então, acabei me preocupando com isso e agora nossa preocupação também é com os diabéticos, precisamos ter produtos para esses clientes [...] (Empresário LO).

Além dos almoços aos finais de semana, durante a semana, nós diversificamos porque no início, acho que no primeiro/segundo ano, nós não atendíamos eventos, como por exemplo, 'city tour' pra crianças. Agora a gente faz bastante. Tem a Eventur, a Santa Maria turismo, eventualmente alguns colégios por conta. [...] É um perfil diferenciado, porque são crianças até 10 anos, é 3ª, 4ª e 5ª série. Então, até o cardápio é bem reduzido [...] (Empresário BY).

Concordando com a reflexão de Albagli e Maciel (2004), há uma correlação entre a presença de relações cooperativas, a diversidade de mecanismos de comunicação entre os agentes e o desempenho inovador das empresas. Para Patrucco (2003) apud Albagli e Maciel (2004), as organizações e agentes que cooperam introduzem maior número de inovações do que aqueles que não cooperam e, por conseguinte, o grau de inovação aumenta com a variedade de parceiros, comunicando-se e cooperando em rede. Em nossa realidade empírica estudada, a provável causa de poucos relatos de inovações dá-se, em parte, porque são empreendimentos relativamente novos e com poucos concorrentes, dispendo de uma visão de empreendedorismo tradicional. Porém, para o fortalecimento de uma rede de turismo, a inovação é elemento essencial, sendo que a troca de experiências por meio de um trabalho em rede ampliaria a competitividade dos empreendimentos e, por conseguinte, do destino turístico.

5.7 As relações entre Santa Maria e Quarta Colônia

Os atores foram questionados sobre como percebem as relações estabelecidas entre a cidade polo, que é Santa Maria, e os municípios da Quarta Colônia em prol do desenvolvimento do turismo na região. Alguns deles reconhecem a importância que tem a logística da cidade de Santa Maria para a microrregião, em especial, quanto aos serviços turísticos de meios de hospedagem, opções gastronômicas e espaços de entretenimento. Os gestores de Santa Maria destacam o potencial paisagístico, cultural e patrimonial da microrregião da Quarta Colônia, o qual vem a somar na oferta turística regional para a cidade

polo Santa Maria. Todavia, o que os relatos trazem são ações insuficientes e pontuais de integração, como, por exemplo, ações em eventos onde se dá a participação da promoção regional de forma integrada, Santa Maria e Quarta Colônia, sendo necessário avançar para uma articulação política institucional integrada, essenciais ao trabalho em “rede” conforme apontam Casarotto Filho e Pires (1999). Segue alguns trechos dos relatos dos entrevistados:

[...] Santa Maria se relaciona mais com Silveira, não sei o grau de relacionamento com Faxinal, Polêsine, Dona Francisca, porque acho que foi os próprios municípios da Quarta Colônia que fizeram esse isolamento, anos atrás. Porque Santa Maria mesmo sendo a maioria de colonização italiana, ela nunca pertenceu a Quarta Colônia, porque a Quarta Colônia se intitulava de Silveira para lá [...] eles ficaram acho que meio assim, porque se Santa Maria participasse, os turistas não iam comprar nada lá, Santa Maria tem muito mais comércio pra eles gastar, então ficaram assim, meio arredios. E outra: há muitos anos atrás, eu não sei se vocês notaram que a briga era quem ia comandar a Quarta Colônia. [...] (Empresário BY).

Eu acho que a gente tem um apoio sim, porque olha, o município de Santa Maria nos dá oportunidade, como a FEISMA, que é uma feira que é realizada lá, então eles nos incentivam [...] (Empresário CX).

[...] pra mim, a região Quarta Colônia tem o seu APL, a região Santa Maria tem outro, tá ligada a Mata, São Pedro, até mesmo pelo acesso, e daí tu uni, mas agora construir junto não dá, porque é muito diferente, por causa de certas lideranças locais, que já estão trabalhando Quarta Colônia a muito tempo, trazendo projetos e que não agrega com o institucional de Santa Maria [...] porque não dois APLs? Porque já existe uma construção de microrregião Quarta Colônia, esse selo Quarta Colônia já é forte, isso puxaria um APL [...] a construção a partir do que já existe aqui facilita muito mais, entre os nove municípios [...] (Empresário DN).

Acho que deveria ter uma articulação maior entre as instituições. Não se vê muitas ações assim, mais parcerias, como a da rota que envolve dois municípios, deveriam ser incrementadas. (Empresário LO).

Na prática, a coisa não desenvolve. A gente faz reunião com todos os secretários de turismo, terminou a reunião: pronto. Na prática, a coisa não acontece. Todo mundo tem boa vontade, mas dentro da sala onde a gente tá na reunião. Mas depois que a gente sai da reunião, parece que esquecem. (Representante da AHTURR).

[...] A Quarta Colônia demonstra que não pode se vincular a Santa Maria, porque Santa Maria é muito grande, e pode perder terreno, é uma visão errônea da coisa. Muitas ações dos consórcios que envolveria Santa Maria e a região como um todo né. E eles acabam meio que se isolando lá [...] Santa Maria é um polo de onde tem toda a estrutura que poderá ajuda-la. E eles também têm que entender que eles precisam de Santa Maria. E Santa Maria sabe que sozinha, sem um produto maior que englobe a região, não vai conseguir desenvolver [...] Eu acho que o CONDESUS, tu vai falar com a pessoa lá, eu tenho minhas dificuldades [...] quem administra o CONDESUS são os prefeitos. Os prefeitos estão envolvidos em seus municípios com seus problemas e acabam não se interagindo mais das coisas [...] Mas ainda acho que o problema tá no gerenciamento do Consórcio [...] (Representante do COREDE).

Olha, na verdade, a parte assim organizacional pública está distante, pela dificuldade do que é uma gestão de cidade grande, com uma cidade pequena. [...] Mas Santa Maria, hoje, é o nosso ponto de apoio, porque a parte de hotelaria principalmente está em Santa Maria [...] tem também como outro ponto ao contrário, busca uma região de colonização italiana ou alemã – no caso de Agudo – vão conhecer algo que continua ainda ‘primitivo’ eu diria assim com a sua originalidade [...] é que nós não sabemos como vamos nos integrar ainda, com eles do setor público, mas a iniciativa privada está diretamente conosco né, nos intercâmbios, enfim. A própria vinda dos turistas pro polo é um trabalho efetivo que nós fazemos com Santa Maria, com as irmãs Schoenstatt [...] as nossas festas, elas sobrevivem da população de Santa Maria praticamente [...] (Político A – São João do Polêsine).

Muito embora, eles estejam tentando separar a Quarta Colônia da região Central, do Vale do Jaguari, das Águas da Serra, com pequenas unidades [...] percebo que eles entendem que estão sendo desprestigiados, acham que na formação desse grupo, da região, eles não estariam devidamente reconhecidos ou contemplados, e se dissociando de Santa Maria, apareceriam mais e teriam um melhor resultado [...] eu acho muito equivocadas, sabe? Porque Santa Maria, sozinha, não anda! [...] Tanto é que aquele famoso exercício de o que temos para fazer em Santa Maria, ele continua igual, depois de tantos anos que estamos aqui “temos a Basílica, a Vila Belga, a Gare e temos a Quarta Colônia”. É como se a Quarta Colônia fosse um bairro, também de Santa Maria [...] é um equívoco, não é tempo ainda de desmembrar [...] (Político B – Santa Maria).

[...] o pessoal de Santa Maria se esforça, vem aqui, procura, mas eu vejo uma restrição grande, por parte dos gestores, e até dos secretários municipais que não entendem muito essa relação, eu acho que nós ganhamos e Santa Maria ganha. Santa Maria vai fazer um evento, tem capacidade pra isso, tem rede hoteleira, bem maior do que nós todos juntos aqui, mas ele não tem muito turismo e precisa de nós pra ofertar [...] só não pode vir com o bolo pronto pra fatiar, tem que ser feito pelos gestores, construído por eles, daí vai dar certo, senão o pessoal questiona, o que Santa Maria quer? Tirar o brio? Não é isso, só que enquanto aqui tá todo mundo pensando no seu umbigo, Santa Maria é maior, tem muito mais gente, tem a rota, intercâmbio, as universidades, as próprias empresas de turismo que já trouxeram tanta gente pra cá [...] (Político C – Dona Francisca).

Alguns dos gestores públicos da Quarta Colônia não visualizam uma união com Santa Maria, por meio de uma integração político-institucional, por entenderem que as diferenças de uma cidade polo inibiriam as iniciativas dos municípios de pequeno porte da microrregião. Enquanto outros gestores acreditam que tal integração só traria ganhos, são a favor da integração e exemplificam que a articulação de uma cidade polo emanaria naturalmente para a microrregião. Conforme afirma Favareto (2006), um dos fatores que contribuem para a ocorrência de bons indicadores de desenvolvimento territorial é o aproveitamento do dinamismo gerado a partir da vitalidade dos espaços urbanos próximos.

As aglomerações produtivas, tecnológicas e/ou inovativas, tais como distritos industriais, *clusters*, arranjos produtivos locais, entre outras (CASSIOLATO; SZAPIRO,

2003) são formações propícias a interações. Ocorre “troca de conhecimento e aprendizado, por meio de diversos, tais como mobilidade local de trabalhadores, redes formais e informais, existência de uma base social e cultural comum que dá o sentido de identidade e de pertencimento” (ALBAGLI; MACIEL, 2004, p. 11).

Os relatos abordam questões como divergências políticas entre os municípios da Quarta Colônia pela liderança da região, dificuldades de colocar em prática as ações propostas em muitos encontros de planejamento regional e que tais tentativas não funcionam quando um dos atores traz as ações prontas, sem a construção de forma coletiva, como, por exemplo, quando representantes de instituições da cidade de Santa Maria levam propostas fechadas não conseguem aceitação, conforme relato: “não pode vir com o bolo pronto pra fatiar”, só para dividir a conta, tem que construir no coletivo.

5.8 A falta de confiança, cooperação e ação coletiva entre os atores

Tanto para Putnam (1996) quanto para Fukuyama (1996), a confiança é um elemento fundamental para a densidade de capital social. Para Fukuyama: “uma das lições mais importantes que podemos extrair de uma observação da vida econômica é a de que bem-estar de uma nação, bem como a sua capacidade de competir, são condicionados por uma única e sutil característica cultural: o nível de confiança inerente à sociedade” (1996, p.21).

Os entrevistados foram questionados quanto ao seu grau de confiança em relação à comunidade local, parceiros, prestadores de serviços e estranhos, bem como se as pessoas da localidade ajudam umas as outras. O fator confiança é um dos componentes que auxiliam na avaliação do potencial do capital social das localidades.

Quanto à existência de parceiros da empresa, a maioria dos empresários não identificou nenhum; somente alguns poucos entendem que os seus clientes são parceiros, porque ajudam na divulgação e promovem o empreendimento, recomendando e levando pessoas para conhecerem as empresas. Apenas um dos empresários citou o órgão público de turismo como um parceiro.

O recanto é o principal parceiro. A gente até tem uma lista de clientes que nós chamamos de ‘advogados’ que eles nos defendem, né. [risos]; posso dizer que sim, por exemplo, o Melão da São Roque, jornais, é um parceiro legal. Ele vem sempre

como cliente, quando tem algum evento importante, ele faz aqui. Tem pessoas importantes que ele tem que receber, ele recebe aqui [...] (Empresário AZ).

Basicamente, não. [...] Tem a Secretaria de Turismo de Santa Maria, assim, mas tá, esse 2013 foi parado. Aquela integração que tinha no começo, até com a própria Secretaria de Turismo de Silveira Martins, trocavam, ou uma secretaria ajudava a outra com os eventos, faziam programações, 2013 não teve nada. Foi bem parado. (Empresário BY).

Para identificar o grau de confiança dos empresários entrevistados com relação a diferentes temáticas e instituições, perguntamos a nota que atribuíam a cada item, numa escala de 1 a 7, onde 1 quer dizer “confio muito pouco”; 2 “confio pouco”; 3 “nem pouco, nem muito”; 4 “confio muito”; 5 “confio totalmente”; 6 “desconheço” e 7 “não influencia na confiança”, considerando a escala LICKERT (1932), conforme dados apresentados na tabela 11.

Com relação ao item “mesma etnia” a maioria dos entrevistados, ou seja, 76% deles, atribuíram o conceito 7 (sete), afirmando que este é um fator que não influencia nas relações de confiança, apenas 8% respondeu 3 (três) “confia nem pouco e nem muito”, 8% “confio muito” e 8% “confio totalmente”. Evidenciamos assim que a categoria “mesma etnia” não é um fator que tem influência no fator de confiança entre os empresários locais.

Quanto à confiança que os pequenos empresários têm nos demais empresários e comerciantes locais 54% assinalaram o conceito 3 (três), que confiam “nem pouco e nem muito”, 30% “confia muito”, 8% “confia pouco” e 8% “confia muito pouco”, o que demonstra desconfiança entre os próprios empresários, fato este que contribui para a justificativa do baixo índice de capital social e a dificuldade de constituição de um APL, porque este só é possível se tivermos um conglomerado de empresas e relação de confiança entre seus gestores.

Para a categoria governo local, prefeituras, câmara de vereadores, dos empresários entrevistados, 61% deles atribuíram o conceito 1 (um) “confia muito pouco”, 23% “nem pouco e nem muito” e apenas 16% “confia muito”, indicando o baixo nível de confiança do empresariado local nos seus gestores públicos, sendo uma das causas que dificulta o trabalho coletivo entre setor público e privado.

Abu-el-Haj (1999) indica que a especificidade cultural é a chave para explicar o nível de capital social e o “predomínio do elemento cultural no grau de avanço do associativismo horizontal e a complementação de ações junto às instituições públicas” (ABU-EL-HAJ, 1999, p. 70). Já Evans e Fox (1996, 1992), numa abordagem neo-institucionalista, rejeitam as conclusões culturalistas, afirmando que “as instituições públicas têm, além do monopólio da

coerção, a exclusividade da mobilização dos recursos sociais” (ABU-EL-HAJ, 1999, p. 71). O que se pode concluir com essa inserção é que a criação ou elevação do índice de capital social em determinados territórios dependeria da intervenção do Estado, já que, na sociedade moderna, ele é a arena principal da convergência das demandas sociais, determinando o sucesso das iniciativas voluntárias, tratando-se de um não enfático à visão de um determinismo cultural em matéria de mudança social, ou em termos de processo de desenvolvimento.

Nas instituições do terceiro setor, os conceitos oscilam. Quando se trata do CONDESUS, há uma divisão variável de julgamentos: para 23% “não influencia na confiança”, 23% “desconhece”, 23% “nem pouco e nem muito”, 15% confia pouco e 8% confia muito pouco. Estes conceitos, numa leitura geral, evidenciam a fragilidade das relações estabelecidas entre os empresários e o CONDESUS, que representa o consórcio dos municípios da Quarta Colônia, e, mais uma vez, reforça a afirmativa de dificuldades no trabalho coletivo entre setor público e privado.

A avaliação que o COREDE Central recebeu foi de que 31% dos empresários entrevistados “desconhecem”, 23% “não influencia na confiança”, 23% confia “nem pouco e nem muito”, 15% “confia pouco” e 8% “confia muito pouco”, o que demonstra a inexpressiva relação entre os empresários e o COREDE.

O Sistema “S” foi avaliado de forma positiva pelos empresários, 46% deles atribuíram o conceito “confio muito”, 23% “nem pouco e nem muito” e 15% “confia totalmente”, e apenas 8% “confia pouco” e 8% “confia muito pouco”. Considerando a relação de trabalhos já realizados e alguns que ainda seguem em parceria com o SEBRAE, entidade citada diversas vezes na fala dos entrevistados, o que demonstra um alto nível de confiança dos empresários no sistema “S”.

A categoria universidades obteve uma boa avaliação perante os empresários locais, 46% dos entrevistados atribuíram o conceito “confia muito”, 30% “confia totalmente”, 16% “confio muito pouco” e 8% “nem pouco, nem muito”. Isso provavelmente ocorre devido ao trabalho que as faculdades têm no campo da pesquisa e da extensão e pelas parcerias em projetos na região.

Para as associações comerciais, sindicatos e cooperativas, os empresários atribuíram o conceito “confio muito” com 30%, “nem pouco e nem muito” com 30%, “confio pouco” com 16%, “confio muito pouco” com 8%, “confio totalmente com 8% e, por fim, “não influencia na confiança”, também com 8%. As notas foram bem divididas e atribuímos tal resultado a pouca e inexpressiva existência de associações na região, confirmada nas falas dos

empresários quanto ao surgimento de associações que nunca funcionaram efetivamente, que não saíram do papel.

Por fim, a última categoria questionada foi com relação ao grau de confiança nos turistas e visitantes em geral, e 46% dos empresários entrevistados atribuíram o conceito “confio totalmente”, 38% “confio muito” e 16% “nem pouco e nem muito” o que demonstra um alto grau de confiança nos turistas e visitantes, confirmando-se nas falas dos empresários que destacam as boas relações com os seus clientes, inclusive, com a existência de um visitante já freguês da casa.

Além de atribuir um conceito, alguns dos entrevistados justificavam a sua opinião, assim, salientamos algumas das falas sobre os fatores de confiança ou de desconfiança dos empresários com relação aos atores e entidades questionadas. São elas:

Não confio totalmente nos comerciantes da região pela questão, assim, por exemplo, o vinho: tem um ou outro cliente que te pergunta de vinho colonial, mas esse ano é bom, amanhã não é bom, amanhã tá azedo. Então, não tem padrão. Então, nesse sentido, posso te dizer que a gente confia parcialmente [...] Eu acho que o CONDESUS tem um defeito só. Tem uma pessoa que centraliza tudo. [...] Olha, a gente se surpreende muito com os clientes, positivamente, eu confio muito nos meus clientes. [...] com relação às cooperativas, já funcionou, mas hoje não funciona, por culpa da gente mesmo, não tem iniciativa. (Empresário AZ).

[...] a gente já teve associações aqui que nunca funcionaram, eu participei de uma aqui, que eu faço parte, teve uma reunião ou duas e nunca mais teve nada, essas associações elas não duram muito, a Associação Pró-Desenvolvimento do Quadrante Jacuí-Vacacaí (Prodes), também já participei de uma cooperativa dos agricultores, a rota existe ainda porque o turismo acontece, independente dela existir, não se tem uma cultura de associativismo ainda, muito diferente de regiões aonde eu já participei, junto até com ações do SEBRAE, em *fanturs*, eu vou lá e aprendo um monte, acho que em região de cultura alemã o associativismo é mais forte, e aqui a coisa é diferente, um não confia no outro. (Empresário DN).

Lembrando Fukuyama (1996), as pessoas que não confiam umas nas outras só irão cooperar num sistema de regras e regulamentos, que tem de ser negociado, acordado e posto em prática muitas vezes por meios coercivos, “a desconfiança generalizada no interior de uma sociedade impõe uma espécie de ônus sobre todas as formas de atividades econômicas, ônus que as sociedades de alto nível de confiança não têm de pagar” (1996, p. 43).

Tabela 11 - Conceito do grau de confiança dos empresários por categorias e instituições

variável	Mesma etnia		empresários e comerciantes locais		governo local, prefeitura, câmara vereadores		CONDESUS		COREDE Central		Sistema S (SEBRAE, SENAR, SESC, SENAI)		Universidades (UFSM, UNIFRA, ULBRA)		Associações, sindicatos e cooperativas		Turistas e visitantes	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	0	0%	1	8%	8	61%	2	15%	1	8%	1	8%	2	16%	1	8%	0	0%
2	0	0%	1	8%	0	0%	1	8%	2	15%	1	8%	0	0%	2	16%	0	0%
3	1	8%	7	54%	3	23%	3	23%	3	23%	3	23%	1	8%	4	30%	2	16%
4	1	8%	4	30%	2	16%	1	8%	0	0%	6	46%	6	46%	4	30%	5	38%
5	1	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	15%	4	30%	1	8%	6	46%
6	0	0%	0	0%	0	0%	3	23%	4	31%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
7	10	76%	0	0%	0	0%	3	23%	3	23%	0	0%	0	0%	1	8%	0	0%
total	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%	13	100%

Fonte: dados coletados na pesquisa de campo, no período de novembro de 2013 a abril de 2014.

Legenda:

1. Confia muito pouco
 2. Confia pouco
 3. Nem pouco, nem muito
 4. Confia muito
 5. Confia totalmente
 6. Desconheço
 7. Não influencia na confiança
- Emp. = Empresário

Os entrevistados foram questionados se, nos últimos cinco anos, o grau de confiança entre as pessoas da localidade melhorou, piorou ou se permaneceu o mesmo e, também, se as pessoas ajudam umas as outras. No grupo dos empresários, bem como para o representante do SEBRAE, o entendimento de ambos é de que não há confiança entre as pessoas da região nem busca de trocas mútuas. Nos depoimentos, aparecem elementos como: falta de espírito coletivo, não se relacionam com a comunidade, que as pessoas não colaboram porque elas têm “ciúmes”, são individualistas, todos estes são aspectos que dificultam a constituição de capital social na região. Traz-se a afirmativa de Fukuyama (1996, p. 376): “[...] os seres humanos são ao mesmo tempo indivíduos mesquinamente egoístas e criaturas com um lado social que evita o isolamento e aprecia o apoio e o reconhecimento de outros seres humanos [...]”.

A região é muito complicada aqui. Tanto que ela não se desenvolveu economicamente. As pessoas daqui não tem ambição pessoal. Se tem é acomodado. É legal numa festa de comunidade, todo mundo ajuda. Mas, fora isso, eu não vejo. (Empresário AZ).

A confiança continua a mesma coisa, continua a mesma relação que sempre teve, na verdade, a gente não se relaciona muito com a comunidade em si, até pela nossa atividade. Mas assim a gente se dá bem com todos os vizinhos, todo mundo sempre se dá. (Empresário BY).

Não, não ajudam, se na hora de fazer uma festa de vez em quando pode ser, mas o pessoal é muito invejoso, a inveja tá em primeiro lugar, se tu for bem o pessoal já fica, se ajuda é muito pouquinho. (Empresário GT).

Acho que falta confiança [...], por exemplo, aqui assim, eu indico a Cascata do Mezzomo, aí os cara chegam lá e não deixam entrar. Chega lá e o cara não quer receber... [...] Bem popularmente “ciúmes”. (Empresário HS).

As pessoas são meio individualistas. Existe uma dificuldade de aderir as pessoas em associações, cooperativas, em trabalhar em grupo. Acho que a individualidade só ajuda em algumas vezes. (Empresário LO).

[...] a nossa região não é uma região que tem uma necessidade financeira premente. Porque, se tivesse, trabalharia da forma que o nordeste tá trabalhando. Eu me junto contigo pra nós, juntas, ganhar mais dinheiro. Aqui na região, no sul, não! Rio Grande do Sul tem um poder econômico forte. E aí, eu me junto se eu vejo que eu tenho vantagens. É isso que tem que desaparecer. Eu tenho que perceber que eu tenho que me juntar para nós, todos, crescermos juntos. É uma questão cultural. (Político A – São João do Polêsine).

Na perspectiva de Putnam (1996), as associações civis contribuem para a eficácia e a estabilidade dos governos democráticos, em decorrência das externalidades positivas, produzidas sobre o indivíduo e sobre a sociedade. Quando os entrevistados sinalizam a

dificuldade dos mesmos em organizarem-se em associações e cooperativas reforçam a precariedade da constituição do capital social formal na região.

Os empresários foram questionados quanto à participação da empresa em algum projeto da comunidade. Dos treze empresários, apenas um relatou a realização de projetos desta característica, o que demonstra o baixo nível de ações de responsabilidade social e a integração entre o meio empresarial e a comunidade em geral.

A gente faz uma ação de educação ambiental, em algumas caminhadas se tem uma ação social, por exemplo, se faz um plantio de árvore, em cada um dos municípios, se designa um local, se planta uma muda de árvore nativa. Já se fez ações sociais pontuais, como a entrega de material escolar para 30 crianças de uma comunidade carente da Quarta Colônia. [...] esse ano foi coleta de lixo no caminho, se notou que tinha pouco lixo, está muito limpa a região, também se fez uma ação de recuperação de um espaço em Guarda Mor e Val Veronês, em Faxinal houve uma enchente no ano passado e destruiu o local, onde tinha uma gruta que foi inaugurada em 2008 pelos peregrinos, é a única gruta de São Peregrino na região, a gente tinha uma parceria com uma moradora dali para manter o local, mas a enchente levou até a casa dela e ficou o local atirado, então, agora, a gente fez essa ação, se plantou mudas de flores e plantas, os peregrinos plantaram lá, e um novo morador vai cuidar [...] (Empresário DN).

Estas ações de cunho social junto à comunidade relatadas apenas pelo empresário DN são exemplos de cooperação mútua entre a agência de turismo receptivo e a comunidade, bem como entre os próprios turistas e a comunidade, iniciativas como recolher o lixo nas trilhas, ou, ainda, recuperar o espaço da gruta, local onde alguns ajudaram a construí-la no passado e no momento revigoraram-na, são exemplos que expressam valores de integração entre a iniciativa privada, comunidade e visitantes.

O desenvolvimento territorial do turismo pressupõe atores locais unidos por uma vontade solidária, de dinâmicas sociais endógenas, em que os próprios habitantes da comunidade conseguem potencializar os recursos e capacidades próprias. Para Putnam (1996), o capital social pode ser abordado em nível comunitário, onde certos grupos desenvolvem e mantêm mais ou menos capital social como um ativo coletivo; e como tal ativo pode melhorar a qualidade de vida dos membros da comunidade. Isto não exclui a possibilidade de que alguns grupos beneficiem-se de tais vínculos sociais em detrimento de outros.

5.9 Dificuldades na formação de redes e grupos entre os atores

A pesquisa constatou uma debilidade da cultura associativa que dificulta a cooperação e a união de forças na busca de soluções para os problemas regionais em prol do desenvolvimento do turismo. Além de inibir a articulação de ações entre atores políticos, econômicos e sociais, a debilidade da cultura associativa também se manifesta através da falta de uma maior cooperação interinstitucional na região e na falta de uma cultura empreendedora com atuação em rede.

Para Maciel, “as formações sociais são estruturas complexas que não podem ser vistas como meros produtos do planejamento, mas sim resultado da construção social ao longo de processos históricos de colaboração, competição e conflito” (2003, p. 287). Sendo assim, as políticas e estratégias, tanto públicas quanto privadas, desempenham um papel fundamental neste processo.

No que diz respeito à produção nos estabelecimentos, os empresários foram questionados quanto à existência ou não de redes entre os fornecedores locais, parcerias e/ou permutas, indagando quanto a origem dos seus insumos. São poucos os produtos originários da região formalizados, sendo assim, não é expressivo o número de fornecedores locais e regionais nos pequenos empreendimentos que atendem os serviços turísticos da região. Isso ocorre, provavelmente, em função da dificuldade que alguns empreendimentos encontram para a legalização da produção/industrialização dos alimentos, sobretudo aqueles de origem animal, como na linha de queijos e embutidos e, ainda, pela restrita diversificação da agricultura na microrregião.

[...] eu tenho fornecedores da região, por exemplo, pães, massas, tem um cara que faz há anos pra mim, é um parceiro. Verduras e legumes tem uma horta boa aqui em Santa Lúcia que é bem pertinho, ali em Restinga Seca, basicamente a gente se vale de Santa Maria, [...] embutidos tem algum tipo de coisa que a gente usa daqui, mas, pro café, eu uso salame industrializado, porque a gente tem mais segurança alimentar. Queijos também, tem um queijo colonial que eu uso que minha cozinheira que faz. Eu sei que ele é novinho, usa a quantidade que precisa e pronto. O resto eu busco nos atacados de Santa Maria. (Empresário AZ).

[...] O que vem de fora é o frango, o pessoal da Seara entrega aqui, carne do Frigorífico Silva, também. Ah, bebida também. Tem uma parte que a gente consegue aqui com os fornecedores locais. Uma época tinha uma produção de verdura aqui do lado, agora não tem mais. Tinha uma estufa, só que depois a gente vai se envolvendo aqui e tu não tem mais tempo. A mão de obra é muito escassa, muito difícil achar alguém pra trabalhar, é raridade. (Empresário BY).

Infelizmente não, porque assim, tudo vem de fora. A matéria- prima dos embutidos, que é a carne suína, a gente trabalha com produto resfriado. Então, hoje a gente tem nosso fornecedor que é o frigorífico, pra ter qualidade. Porque aqui na região existem abatedouros, mas infelizmente é o SIM¹³ né, o serviço de inspeção do município [...]. (Empresário CX).

Transporte vem de fora, é 50% mais barato contratar o serviço de fora de Santa Maria e região do que contratar por aqui [...]. Outro trabalho que se contrata fora é a confecção de camisetas, em Porto Alegre porque esse ano o tecido foi um *drive fit*, um tecido mais moderno, com proteção solar. [...]. O que fica de recurso na região são todas as hospedagem e alimentação, pros lanches compramos tudo aqui [...]. (Empresário DN).

Eu compro de Santa Maria e de fora né. De Santa Maria 15%, 85 fora. Fora do estado, peixes né, Santa Catarina, uns 20% e a diferença é do estado, Caxias e Bento. (Empresário EW).

Nós trabalhamos com o produto de 40 famílias da região aqui e outras 22 agroindústrias do RS, é bem agricultura familiar mesmo, hoje da indústria grande só o refrigerante mesmo. A maioria dos farináceos e chimias, geleias são nossas, os embutidos a gente compra de fora [...] Na compra de insumos 40% é de Agudo e Paraíso do Sul e 60% de vem de fora, da colônia tem um pessoal de Dona Chica que faz agnoline pra nós [...] (Empresário GT).

[...] Desde ovos, salame, queijo, copa, ovos, enfim, tudo é daqui da região. E tem aqueles parceiros fixos né, que eles trabalham só pra nós mesmos, não deixam faltar pra nós aqui [...] mas bebida já se compra de fora e o galetto. Mas é assim, por exemplo, a fábrica de suco: nós temos produção própria e é bastante consumo de suco, daí ele não tem o suficiente pra manter o restaurante. É difícil ficar na dependência se dá ou não dá. (Empresário HS).

Sendo assim, verificamos que não há uma rede consolidada entre os empresários e os fornecedores da microrregião e que muitos dos insumos vêm de Santa Maria e de outras regiões devido à restrita oferta de produtos alimentares com procedência regulamentada, com exceção de alguns poucos empreendimentos que conseguem adquirir produtos regionais.

Já quanto às estratégias de promoção dos seus produtos, os empresários foram questionados sobre a existência de ações de divulgação coletiva, indagando se há a participação dos mesmos em alguma rota ou roteiro turístico regional. Seguem os relatos:

[...] essas coisas que existiam e que hoje não funcionam mais. Nós tínhamos a Rota Gastronômica da Quarta Colônia, se fez mapas, material de divulgação, então nós participávamos. Nós tínhamos uma Mostra de Gastronomia da Quarta Colônia que era uma edição anual, que eu presidi dois anos. E eu por falta de tempo comecei a não me envolver mais [...] A prefeitura não funciona se não tem um cara que toque. Aí a gente teve paciência pra tocar mais duas edições, mas se não tem alguém que puxa, que convoca as reuniões, que liga pedindo “pelo amor de Deus” pros cara vim, é difícil. (Empresário AZ).

¹³ Serviço de Inspeção Municipal (SIM)

Nesse último ano, agora, não dá pra fazer nenhuma avaliação da participação na Rota, tudo parou por causa da tragédia e porque a nova diretoria tá meio parada. Nos anos anteriores, a gente se envolvia bastante. Mensalmente, tinha reuniões e toda a programação, assim, faziam o planejamento do ano, divulgação, planejamento, tinha vários eventos durante o ano, tinha lançamento da temporada de inverno, tinha a Feisma [...] participava da feira do imigrante que tinha lá em Silveira, Festa do distrito, que nem todo mundo podia participar, um grupo representava, ou alguém ia representar. (Empresário BY).

[...] porque se hoje tem 40 empreendimentos e atrativos dentro da rota e somente 10 que efetivamente pagam não é possível, muitas coisas que estão ali já fecharam ou não tem mais interesse, e isso é uma dificuldade dentro da rota, reformar isso, e fazer entender que uma rota não precisa ter 20 e sim 10 empreendimentos que funcionem bem, então, se precisa de novos incentivos, a instalação do Hotel Pitton aqui é um incentivo, por isso outras associações são importantes também, não só a rota turística [...], mas aqui existe pouco envolvimento do poder municipal no turismo da região, o turismo acontece pelos empresários. (Empresário DN).

A empresa é associada à Rota Turística e Gastronômica Santa Maria e Silveira Martins e os roteiros que a empresa divulga estão contemplados na rota, a maioria deles, nós temos de 8 a 10 ofertas de caminhas de trilhas que sempre tem um dia ou dois que estão dentro do espaço da rota [...] então, a empresa trabalha bastante a rota. (Empresário DN).

Não participo da Rota Gastronômica porque o nosso estilo é diferente dos outros, então né, muitas pessoas ligam achando que é a mesma coisa, é só pra tirar o nosso tempo, de explicar como é que é. Não faço mais propaganda também, a gente bota propaganda aí que também ligam pra saber se é, quanto é por pessoa, não sabem que é *ala carte*. (Empresário EW).

[...] Existem alguns empreendimentos que são sócios, tem uns que não são sócios mas consideramos da rota porque estão no percurso, somos sócios da rota e hoje ela é uma associação dos empreendedores de Santa Maria e Silveira. Nossa maior participação é quando são realizados alguns eventos, os empreendedores participam pela rota. O restante é a divulgação, mas agora está meio parado, não temos mais material gráfico, impresso. Temos *site* em conjunto. São poucas as ações conjuntas. (Empresário LO).

Lembrando que a dimensão estrutural do capital social está associada às várias formas de organização social, particularmente papéis, regras, precedentes e procedimentos, bem como uma variedade de redes que contribuem para a cooperação e especialmente para a ação coletiva mutuamente benéfica. É a capacidade de organização em rede que está em questão, elas podem significar a interação informal ou a filiação a associações cívicas ou sociais.

Os relatos versaram sobre a participação de alguns empreendimentos na Rota Turística e Gastronômica Santa Maria e Silveira Martins, onde são expostas as dificuldades de manter esse tipo de associação, que foi lançada já há nove anos e que, hoje, passa por um momento de acomodação, necessitando rever a sua composição, os seus associados e replanejar a sua atuação. O material impresso da rota está praticamente esgotado e o que se tem de meios de

divulgação é um *site* que precisa ser atualizado e algumas placas de sinalização nas localidades.

No presente momento da pesquisa, alguns dos empreendimentos não têm mais interesse em continuar neste projeto, ora porque se empolgaram no momento do lançamento da rota, ou então porque não se identificam mais com o perfil do projeto, de acordo com o relato dos mesmos e da própria presidente da rota. Tal fato demonstra, novamente, a dificuldade que os empresários e atores em geral têm de atuarem em associações, inibindo os laços e a constituição de um capital social consolidado, e o que se percebe são atitudes individualistas e oportunistas, como estar no material de divulgação, mas de não participarem da associação.

Os associados faziam ações promocionais da rota nos eventos regionais e isso também exigia uma postura de atuar pelo coletivo, levar a instituição para representação em acontecimentos festivos, feiras dos municípios, porém, os entrevistados pontuam que eles precisavam tomar a frente sempre, como, por exemplo, na Mostra Gastronômica da Quarta Colônia, que ocorria uma edição anual e itinerante pelos municípios e que parou de acontecer, porque sempre tem que ter uma liderança que encabece a atividade e os demais atores empresariais ficavam esperando, não sendo proativos.

Os empresários entrevistados entendem que há pouco envolvimento do poder público para o turismo na região. Por outro lado, os gestores públicos entrevistados relatam algumas ações feitas por meio do CONDESUS como uma forma de trabalho em rede, de organização coletiva dos municípios para o desenvolvimento do turismo na região. Entretanto, outros gestores públicos alertam as barreiras que enfrentam para deslançarem os projetos devido ao cerceamento das iniciativas fora dos tramites do consórcio.

O que a gente começou em 2013 e é uma pena que está parado, a gente tem um quadro bom de secretários da Cultura e do Turismo, todos começaram a se reunir com vontade. Mas aí a gente foi barrada porque dentro do estatuto do CONDESUS existe um departamento da cultura e do turismo, e parou por ali. No início, a gente fez reuniões para decidir o que a gente precisa aqui, primeiro organizar os municípios, [...] então, cada município estava discutindo e daí cortaram o nosso barato, a gente queria um projeto junto, um calendário regional, nada impede que a gente continue se reunindo, mas daí não adianta se na hora de executar não dá, porque deixaram bem claro que a gente tem que seguir aquele estatuto, de eleger os delegados e isso está parado, e lá diz que são reuniões de 4 em 4 meses, então, é impossível isso funcionar se reunindo só 3 vezes ao ano, tá tudo parado. (Político C – Dona Francisca).

O CONDESUS é o Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia, [...] de lá pra cá da fundação se desenvolveram alguns projetos, e o mais forte é o da Paleontologia, que também é uma questão turística e o Geoparque da Quarta Colônia, que agora está se expandido, o governo federal sabe disso, o governo do estado também, [...] então, o CONDESUS tá focado mais nesses projetos maiores, temos convênio com a UFSM, convênio com a Ulbra de Canoas, com a Universidade de Pelotas. (Presidente do CONDESUS – Prefeito de Dona Francisca).

Uma das últimas tentativas de organizar um trabalho coletivo foi a formação de uma rede em prol do desenvolvimento do turismo na região, e assim, apostar num edital aberto no ano de 2013 para o credenciamento da região com um APL de Turismo. Esse processo foi liderado pela ADESM, em conjunto com o Fórum Regional de Turismo, o Curso de Turismo da UNIFRA e o Curso de Tecnologia em Gestão do Turismo da UDESM/UFSM. A ADESM, apesar de ser de Santa Maria, tem uma abrangência regional e um dos seus objetivos é a criação de APLs, de estimular os arranjos produtivos locais.

O primeiro edital da AGDI foi em 2012 e a ADESM viu a dificuldade de enquadrar algum APL da região central de acordo com critérios estabelecidos naquele momento, então, já no novo edital de março de 2013, alguns critérios foram alterados, possibilitando o credenciamento também de regiões com baixo nível de desenvolvimento. O setor de turismo não conseguiu a aprovação, porém a região foi contemplada com o APL do setor Metalmeccânico e com o APL do setor de Tecnologia da Informação e da Comunicação.

Os atores foram questionados se tinham tomado conhecimento da proposta do APL de Turismo para a região, ou não, na época do edital e se participaram da sua construção. Seguem a seleção de alguns dos relatos:

Fiquei sabendo por alto. Talvez por falta de eu ir atrás, eu não tomei mais conhecimento. Mas eles me comunicaram que havia. (Empresário AZ).

Não tive informações. Não, fiquei sabendo só agora. (Empresário LO).

[...] fiquei sabendo pela ADESM e pela Secretaria de Turismo de Santa Maria que me passaram [...] Acho que faltou fortalecimento, em 2005, 2006 havia mais mobilização e o projeto de APL veio num momento em que as pessoas estão muito desmotivadas em relação ao turismo. Aqui, na região, a iniciativa privada aceitou se cadastrar, aqui na Quarta Colônia teve adesão da iniciativa privada, se faltou foi em Santa Maria [...] não deu certo porque está muito desarticulado, tinha que fazer um trabalho de fortalecimento regional pra depois formar a APL, foi muito prematuro. (Empresário DN).

Eu tomei conhecimento através da ADESM, e daí, começamos a nos envolver [...] Acho que faltou experiência tanto pra nós, como quem nos orientou [...] (Representante AHTURR).

Através do governo do estado, da AGDI. Então, junto com a Agência de Desenvolvimento começamos a fazer essa interlocução com a região, buscando

trazer aqueles segmentos que pudessem se enquadrar, primeiro com o nosso planejamento estratégico [...] Um deles foi o turismo, mas infelizmente não foi reconhecido pela AGDI porque faltou, assim, um pouco de participação maior da iniciativa privada, dos empresários [...] (Representante do COREDE).

[...] a gente acompanhou pelo *site* e pela Agência de Desenvolvimento de Santa Maria, porque eles acompanham o que está acontecendo e direcionam para as entidades que poderiam responder a essa demanda. Para constituir esse projeto foi uma parceria entre Fórum, a ADESM e Curso de Turismo da Universidade Federal e o curso de Turismo da UNIFRA, então fechou o grupo. (Representante do Fórum Regional de Turismo).

Eu fiquei sabendo através das nossas reuniões de secretários, eu e a secretária de Agudo ligamos pra Polêsine, pra gente se interar bem disso, mais acabou não sendo aprovado. A gente mobilizou através da associação, mas, em seguida, já disseram que isso não seria aprovado. E pra mobilizar, eu sou sozinha, faltou tempo [...] (Político C – Dona Francisca).

Verificamos que alguns dos empresários não tinham conhecimento sobre o projeto de APL e que a informação na forma mais concreta estava entre as instituições com sede na cidade polo de Santa Maria, o que, de certa forma, reforça as dificuldades de uma integração regional e a fragilidade da participação dos empresários na proposta que não foi aprovada. Também questionamos os atores que tinham conhecimento do projeto, de qual seria, na opinião deles, os motivos da reprovação do credenciamento do APL de Turismo. Seguem os relatos:

[...] O erro foi de origem, um instrumental produzido, e que estava sendo repassado nas visitas programadas na região. Então, uma visita relâmpago, tinha que ser tudo naquela semana [...] havia ali questões, que mesmo pertinentes ao turismo, estavam mal formuladas [...] E houve pressa, faltou tempo, ficou restrito a um pequeno grupo [...] (Político B – Santa Maria).

[...] pra tentar reconhecer o APL de Turismo, nós passamos em toda a Quarta Colônia e nos outros municípios do Vale do Jaguari, mantendo contato com os prefeitos para sensibilizá-los sobre a importância do setor de turismo para a nossa região [...] a gente imaginava que mais iria pontuar, por ter uma maior distribuição de renda e atingir um número maior de municípios, seria o turismo e não foi [...] a dificuldade foi com o setor empresarial, um APL é um conglomerado de empresas e o setor empresarial não apresentava um histórico necessário, de reuniões, de governança, teve interesse dos gestores públicos, pessoal das câmaras de comércio, da câmara de vereadores, mas os empresários em si não participou muito e isso acabou pesando negativamente na pontuação. (Representante da ADESM).

Na realidade, o APL já é um arranjo produtivo constituído, quando o edital abriu era pra fomentar grupos que já estavam se desenvolvendo, que pudessem comprovar essa relação, já nós da Região Central entendíamos que esse edital poderia ser uma ferramenta para fazer a região se juntar, não que nós tivéssemos uma situação que nos credenciasse enquanto um APL, mas que seria a chance de fazer esse movimento. Então, qual foi a maior dificuldade, apesar de nós termos ações pontuais

do *trade*, a gente não tem uma relação empresarial [...] o APL deveria remeter as questões das empresas da área e acabou sendo um movimento mais político do que propriamente lá do final, a maior dificuldade foi que os empresários pensassem de forma conjunta e aderissem ao processo [...] (Representante do Fórum Regional de Turismo).

[...] não foi aprovado, mas eu acho que não foi falha de projeto. É que os interesses de outros projetos eram maiores, e não podiam ser atendidos todos os projetos [...] No Rio Grande do Sul, eu vejo dificuldades, eu entendi quando eu participei do Encontro das APL's via Ministério da Integração Nacional, em Santa Catarina, eu vi que o nordeste desenvolveu fruto desse trabalho. Eles estão mais organizados que nós, porque eles têm mais necessidades de se agregar para desenvolver. A nossa população ela tem muitos escapes para ganhar dinheiro. Não tenho outro termo pra dizer, não enxergam que eu junto contigo posso progredir. E outra, é uma questão de cultura: eu tenho medo que tu me ganhe. (Político A – São João do Polêsine).

Sendo assim, os entrevistados atribuem a reprovação do projeto de APL à falta de tempo para aprofundar as questões por meio de reflexão junto com os empresários que atuam no turismo, ampliando assim a sua adesão. O que demonstra tal necessidade é a inexistência de um histórico que comprovasse a mobilização do setor privado em prol do turismo de forma conjunta, por meio de atas e outras ferramentas documentárias. O político A aborda também a questão da desunião como um fator cultural, utilizando a expressão: “eu tenho medo que tu me ganhe”; então muitas das pessoas da comunidade apresentam limitações para compartilhar ideias, sendo que a construção de um APL exige cooperação mútua e confiança.

Na visão de Maciel (2004), o processo dinâmico das relações sociais em rede concebe o capital social ligado ao aprendizado interativo e à cooperação, podendo facilitar as ações coletivas geradoras de arranjos produtivos articulados. A desarticulação encontrada até então aponta a fragilidade das interconexões entre os atores locais na teia do desenvolvimento territorial, evidenciando a necessidade de uma “engenharia política” que promova a governança entre os atores.

5.10 Sessão de Alento – Nem tudo está perdido!

O propósito desta sessão é demonstrar algumas ações relatadas pelos atores que são de cunho coletivo, tanto no cerne do setor público, quanto do privado e terceiro setor, que podem vir a representar a base para a constituição de uma rede sólida, possibilitando o fortalecimento do capital social da região.

Destacamos alguns exemplos de ações coletivas no âmbito da comunidade a partir dos relatos dos gestores públicos, em especial, aquelas decorrentes nos eventos importantes, tais como o Dia do Vizinho, um acontecimento que é recorrente no calendário de eventos de muitos municípios da região, além de Dona Francisca, e também os tradicionais aniversários dos municípios, onde, na maioria das vezes, conta em sua programação com atividades organizadas pela comunidade local.

Julho tem o mês do vizinho, a gente mobiliza toda a comunidade, aquele dia é pra passar junto, é uma coisa bem interiorana [...] é uma integração, outro exemplo é a semana do município, a gente faz no dia do aniversário do município, 17 de julho, toda a tarde as pessoas se juntam, um grupo vem e faz um risoto que é servido gratuitamente, ali tem a cultura de fazer, degustar, de como preparar, tirar aquele tempo pra viver em comunidade, de sair da roça, tem várias outras ações, mas essa é especial. (Político C – Dona Francisca).

Muitas das ações voluntárias que acontecem na região têm sua origem nas tradições religiosas, onde as famílias contribuem de forma gratuita na constituição de comissões para organizar os festejos, almoços, jantares, bailes. Todavia, esses dois eventos acima citados não contemplam crenças e valores espirituais, são ações coletivas emanadas da vontade do conviver em comunidade.

Quanto às ações em rede dos atores privados, citamos o exemplo do trabalho organizado pelo empresário DN, uma agência de viagens receptiva, o qual identificou como parceiros alguns empreendimentos de meios de hospedagem e alimentação e alguns grupos das comunidades locais, que são por ele escolhidos ao longo do trajeto das caminhadas. Isso dá-se pelo perfil do gestor e pela natureza da atividade de uma agência receptiva que, necessariamente, precisa estabelecer essas parcerias para formatar um produto turístico.

[...] esse roteiro contempla 5 municípios, Silveira, Ivorá, São João do Polêsine, com Vale Vêneto junto e a sede de São João, Faxinal do Soturno, Nova Palma e agora entrou mais um, anos atrás, Júlio de Castilhos, devido ao Jardim das Esculturas [...] no primeiro dia um almoço em Guarda Mor e o pernoite em Vale Veneto, o segundo dia um almoço na sede em Polêsine, no terceiro dia o jantar e o pernoite é em Novo Treviso, no salão comunitário, a gente tem uma estrutura de colchões e roupas de cama que é colocado lá para eles, eu tenho 20 colchões e a comunidade coloca os demais, eu contrato esse serviço do que falta, tudo é pago, não há trabalho voluntário [...] nessa última caminhada, tinha gente de até 10 estados do Brasil, da Paraíba, da Bahia. Então, essa é a terceira comunidade, no outro dia vão almoçar na Linha Três, que pertence a Nova Palma, é outra comunidade que há 14 anos trabalha com a gente, depois pernoitam no Jardim das Esculturas, é a quinta comunidade onde tem jantar e café da manhã, pernoite é familiar, eles dormem nas casas de família e tomam café da manhã lá, no meu entendimento é uma hospedagem de

cama e café, depois, no último dia, eles almoçam na Linha Um e termina em Ivorá, com o café da colônia. Então são 8 comunidades rurais, aonde tem o serviço de hospedagem e alimentação [...] (Empresário DN).

Percebemos o envolvimento da comunidade com as “Caminhadas”, neste caso, há uma pequena rede formada, onde todos ganham e têm o seu papel para exercer, são empresários, pessoas da comunidade em geral, que contribuem com o produto turístico de forma organizada e que expressam relações de confiança, credibilidade entre os atores envolvidos e benefícios mútuos. Foi um trabalho construído ao longo de 14 anos, onde o empresário relata avanços e retrocessos, mas que, de certa forma, mantém-se como um produto turístico organizado de forma coletiva, com laços de confiança e reciprocidade.

Com relação às ações que envolvem o terceiro setor, destacamos dos depoimentos das entidades algumas ações que se iniciam em prol da retomada da formação de um APL de turismo para a região e que, necessariamente, predispõe o trabalho em rede e relações de reciprocidade e confiança.

[...] a intenção foi de ampliar o grupo, o que já gerou ações de reativação do *Convention Bureau* de Santa Maria. Em 2014, será o momento de envolver os empreendimentos de turismo da região. E o grupo vai ter que definir o escopo deste APL, se vamos trabalhar da Quarta Colônia até Santiago, pegando o COREDE Central e o COREDE Vale do Jaguari, ou se vamos trabalhar só a microrregião da Quarta Colônia, ou só Santa Maria e isso tem que ser definido para envolver esse empresariado. (Representante da ADESM).

[...] se não tiver uma entidade gestora que pense 24 horas em turismo, não vai funcionar [...] A gente recomeçou depois que não conseguimos lá, esse reconhecimento com a AGDI, recomeçou de novo o trabalho e, para o próximo edital que o governo largar, a coisa já vai tá praticamente pronta pra participar e tentar reconhecer o turismo como um APL. Não tem nada previsto ainda, mas a gente tem que tá preparado. Pelo menos o reconhecimento, nem que não tenha recurso (Representante do COREDE).

Nos reunimos uma vez por mês, nossos objetivos é enquadrar dentro do edital, inclusive estamos criando até o *Convention*, e essas entidades estão participando tanto com objetivos, inclusive com ajuda financeira. A gente vai começar já, partindo pra isso, pra que Santa Maria consiga entrar, daí, bem dentro dos trâmites da APL. Que consiga atingir aqueles objetivos de um arranjo produtivo local, todas as entidades, não só a AHTURR, tem como participar, botar Santa Maria no *trade* nacional. [...] E através de um APL, eu acredito que isso vai concretizar de se trabalhar melhor [...] (Representante AHTURR).

A organização coletiva, de reuniões, gerou uma nova proposta, de reativação do *Convention & Visitors Bureau*, entidade responsável pela captação de eventos, um segmento que trará recursos para Santa Maria e que também poderá gerar renda para a região central, porque o turista de eventos poderá ter interesse em visitar os atrativos turísticos do entorno no decorrer do tempo em que permanecer na cidade de Santa Maria.

As entidades do terceiro setor estão organizadas para dar continuidade à proposta de constituição de um APL de turismo, porém, há dúvidas ainda sobre como será essa composição, se a delimitação territorial ficará como a proposta anterior, desde o município de Santiago, contemplando o COREDE Vale do Jaguari e COREDE Central, ou então será da microrregião da Quarta Colônia e Santa Maria, ou ficará restrito à cidade polo. O relato do representante da AHTURR contempla somente Santa Maria, fato que reforça a necessidade de delimitar o recorte territorial e trabalhar com foco e afinação da visão dos atores envolvidos.

Entendemos que o APL contemplando a microrregião da Quarta Colônia, em conjunto com a cidade sede Santa Maria, poderá tornar-se uma das estratégias mais eficazes para a promoção do capital social na região e, por conseguinte, possibilitar o avanço do desenvolvimento do turismo neste território. Para tanto, será necessário superar as relações de desconfiança entre a Quarta Colônia e Santa Maria e buscar o fortalecimento nos laços entre os atores, promovendo sinergia e ampliação do capital social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os princípios do desenvolvimento territorial, com foco no turismo, são constituídos pela participação dos atores públicos e privados e do terceiro setor, por meio da formação de uma rede, atuando a partir de heranças culturais, políticas e econômicas, relações de confiança, em prol da valorização dos atributos do território. Ao longo deste trabalho de pesquisa sobre o turismo na perspectiva do desenvolvimento territorial, nosso objetivo foi analisar em que medida os obstáculos que dificultam a realização do potencial e a consolidação do turismo no território que abrange a microrregião da Quarta Colônia, RS, Brasil, estão relacionados à noção de capital social.

Relacionamos algumas das diversas iniciativas propostas pelos gestores municipais, associações, fóruns, consórcio e microempresários locais, demonstrando as limitações de cada uma quanto à organização de um trabalho coletivo, ou seja, a dificuldade de construir de forma grupal, permeadas muitas vezes pela desconfiança entre os atores.

Para tanto, fez-se necessário investigar o perfil de alguns dos empreendimentos e dos empresários que atendem a oferta de serviços turísticos, a fim de levantar informações sobre a origem dos empreendimentos, os principais produtos ofertados e suas estratégias de mercado com relação ao público-alvo e divulgação. Também foi preciso investigar qual é a visão dos atores que estão envolvidos com o turismo na Quarta Colônia, identificando a existência ou não de formas de articulação coletivas a favor da atividade turística; identificar a recorrência ou não de laços de confiança e relações de cooperação entre os atores envolvidos; e, por fim, investigar como informações, ações de comunicação e de capacitação são estabelecidas e, ainda, se as mesmas são processadas e compartilhadas entre os atores envolvidos com o turismo na Quarta Colônia, gerando conhecimento e inovação.

Os processos de desenvolvimento podem aflorar mesmo quando há interesses divergentes entre os atores, cabendo à governança do território apontar os aspectos convergentes na construção de objetivos comuns, que possam gerar capacidade de associação e motivações de cunho coletivo entre eles, evidenciando os possíveis níveis de capital social existentes. Verificamos as possíveis interações entre os atores locais representativos do setor

empresarial, governos municipais e representantes do terceiro setor analisando as ações dos mesmos no âmbito do sistema turístico da microrregião.

A iniciativa privada é essencial para que a atividade turística desenvolva-se, sendo essa composta pelos atores que dinamizam com mais propriedade qualquer proposta de desenvolvimento em rede, como um APL de turismo. O perfil identificado pela amostra dos 13 empreendimentos entrevistados é de pequenos empreendimentos, na sua maioria de gestão familiar, com destaque para os serviços turísticos de alimentação e meios de hospedagem, contemporâneos em sua maioria as iniciativas historiadas em prol do desenvolvimento turístico da microrregião. A maioria é empresários naturais da microrregião ou da cidade polo Santa Maria e tem vínculos familiares com a história da localidade, o que, de certa forma, enquadra na perspectiva do desenvolvimento territorial, de natureza endógena. A origem dos visitantes, que resultou da pesquisa, demonstrou um alcance regional, na sua maioria dentro de um raio de influência de 200 km (BOULLON, 2002). Faltam ações de cunho coletivo, inclusive, no âmbito das estratégias de comunicação e de divulgação, sendo quase nulo o investimento em publicidade. Na temática da capacitação dos agentes e seus colaboradores não foram identificadas ações coletivas, que atendessem a demanda do grupo de empresários e sim formações de cursos que estão cotidianamente nos catálogos das instituições que atuam com formação e capacitação de recursos humanos.

Entendemos que há carências de articulação e trabalho coletivo entre os representantes do setor empresarial. É preciso investir numa cultura de um empreendedorismo coletivo, para que se replique do empreendedorismo tradicional junto à comunidade regional em prol da diversificação da oferta de atrativos e serviços turísticos e, conseqüentemente, na ampliação do fluxo de visitantes e do tempo de permanência dos mesmos na microrregião. A visão dos empresários entrevistados foi demonstrada, em sua maioria, com traços individualistas, inexpressiva de ações associativas, revelando pouca densidade de capital social. Todavia, nas instâncias de gestão pública municipal e regional e do terceiro setor, foram identificadas algumas ações e estratégias de trabalho coletivo, que, mesmo com as suas limitações de articulação entre seus pares, apresentaram-se de forma mais organizada.

Quanto ao grau de confiança, os empresários, em sua maioria, não demonstram confiança nos governos municipais e são indiferentes quanto às instâncias de governança regionais, tais como CONDESUS, COREDE e associações comerciais, sindicatos e cooperativas, não confiando nem muito e nem pouco. Demonstraram um favorável grau de confiança nas instituições de ensino e no sistema “S” e também confiam nos visitantes e turistas que frequentam os seus estabelecimentos. Para o fortalecimento de forma positiva da

densidade do capital social, será preciso investir em políticas e programas que favoreçam o estreitamento dos laços de confiança entre os agentes, lembrando que os empresários são os primeiros, no grau de relevância, para a constituição de um trabalho de desenvolvimento do turismo em rede, a exemplo da proposição que segue em pauta do APL de turismo.

A concepção de APL de Turismo passa, necessariamente, pela expressiva articulação do setor em redes, tratando-se de algo novo na região, com vistas a desenvolver-se em longo prazo, onde os atores sociais poderão aproveitar-se das oportunidades surgidas da composição e da estrutura da rede, podendo ou não resultar em uma eficiência coletiva. Para tanto, a proposta de um Arranjo Produtivo Local de Turismo entre os municípios da microrregião da Quarta Colônia poderá dinamizar o capital social da região.

A análise dos dados gerada ao longo deste trabalho deu origem a algumas contribuições, as quais foram organizadas em forma de sugestões, que podem ser úteis aos atores locais:

a) Definição de um plano estratégico para o turismo em nível da microrregião, construído de forma participativa e descentralizada, com a participação dos atores e que pode ser coordenada por uma instância de governança a ser instituída na região, como uma agência de desenvolvimento de turismo para a microrregião;

b) Criação de um comitê gestor para as ações do Turismo. Isso facilitaria a definição de estratégias comuns e a integração dos diversos atores envolvidos nos municípios. Também ajudaria na disseminação da informação e reforçaria os vínculos de confiança e cooperação. Tal movimento precisa ocorrer de forma articulada entre organizações e institucionalidades de caráter intermediário, que façam a mediação entre o poder público local, empresas e a comunidade em geral;

c) Criação de programas de capacitação dos recursos humanos para os atores do desenvolvimento do turismo da microrregião, bem como de seus colaboradores, visando à capacitação gerencial e produtiva para os estabelecimentos, de maneira integrada e multirregional. Isso contribuiria para o aproveitamento das ações de capacitação, atendendo demandas reais e de aproveitamento coletivo;

e) Definição das fontes de financiamento para a consolidação de um futuro APL de Turismo para a microrregião, principalmente as fontes locais (fundos municipais) que são importantes para melhorar o acesso ao crédito ou interligá-las a fontes públicas estaduais ou federais;

f) Definição de estratégias para melhorar as relações institucionais, as interações sociais entre os municípios, a fim de fortalecer a abordagem do Capital Social;

g) Aumento da participação da comunidade em geral no processo, estimulando a cultura empreendedora na microrregião e aproveitando o momento de investimento feito em prol do ensino superior de tecnologia em turismo no município de Silveira Martins (UDESSM);

i) Estabelecimento de canais próprios de comunicação para os atores dentro das associações comerciais e prefeituras municipais, principalmente com foco em tecnologia, inovação e capacitação.

Por fim, acreditamos que este trabalho possa servir de inspiração para novas abordagens a respeito do desenvolvimento do turismo em territórios rurais, atentos aos princípios do Capital Social e da abordagem em rede dos Arranjos Produtivos Locais.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **O Futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

_____. **Ruralidade e desenvolvimento territorial**. Gazeta Mercantil, São Paulo, p. A-3, 15 abr. 2001.

ABU-EL-HAJ, J. **O debate em torno do capital social: uma revisão crítica**. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais – BIB, Rio de Janeiro, n. 47, p. 65-79, 1 sem. 1999.

ADESM. Agência de Desenvolvimento de Santa Maria. Disponível em: <http://santamariaemdados.com.br/>, acessado em 28/08/2013.

ALBAGLI, S; MACIEL, M. L. **Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local**. Ci. Inf., Brasília, v. 33, n.3, p9-16, set./dez. 2004.

ALMEIDA, J. A.; BLÓS, W. **Turismo e desenvolvimento em espaço rural – uma abordagem regional**. Ciência e Ambiente. Nº 15. Santa Maria. UFSM, Julho/Dezembro, 1997.

ALMEIDA, J.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M.(Orgs.).**Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. 4ª edição. Campinas-SP: Papirus, 2004.

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

ANJOS, F. S. dos. **Agricultura familiar, pluriatividade e desenvolvimento rural no sul do Brasil**. Pelotas: EGUFPEL, 2003. 374 p.

ANÉSE, R. L. R. **Arranjos produtivos locais e capital social no vale do Jaguari/RS**. (Tese). Programa de Pós-Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

APL de Turismo Região Central. Grupo Gestor. **Proposta: Arranjo Produtivo Local de Turismo da Região Central do Rio Grande do Sul**. Santa Maria, RS. 2013. 25p.

ARRUDA, M.C.C.A.; ARRUDA, M.L. **Alianças estratégicas internacionais: desempenho e estratégias de marketing.** ERA – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v.1, n.1, p.1-12, 1998.

BARBOSA, M. C., ZAMBONI, R. A. **Formação de um ‘cluster’ em torno do turismo de natureza sustentável em Bonito-MS.** Brasília, 2000.

BAQUERO, M.. Qualidade Democrática e Potencial de Desenvolvimento Regional no Rio Grande do Sul. IN: BAQUERO, Marcello; CREMONESE, Dejalma. **Desenvolvimento Regional: democracia local e capital social.** Ijuí: Unijuí, 2008.

BARQUERO, A. V. V., **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização.** Porto Alegre, Rio Grande do Sul: UFRGS Editora, 2001.

BELTRÃO, P. C. **Sociologia do Desenvolvimento.** Porto Alegre: Editora Globo, 1965.

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2006.

_____. **Análise estrutural do turismo.** 2ª edição. Senac, São Paulo, 1998.

BERTALANFFY, L. Von. **Teoria geral dos sistemas.** Petrópolis: Vozes, 1973.

BIANCHI, A. C. **Avaliação de propostas públicas municipais e regionais no âmbito do planejamento integrado do turismo sustentável na Quarta Colônia, RS, Brasil.** (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, 2007.

BOFF, L. **Virtudes para um outro mundo possível.** vol I: Hospitalidade: direito e dever de todos. Petrópolis: Vozes, 2005.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do Espaço Turístico.** Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BOURDIEU, P. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. (ed) **Handbook of theory and research for the sociology of education.** New York: Greenwood Press, 1985.

BRASIL. Ministério do Turismo do Brasil. Secretaria de Políticas de Turismo. Departamento de Estudos e Pesquisas. **Anuário Estatístico de Turismo – 2012.** Volume 39. Ano base 2011. Brasília, 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural.** Programa de regionalização do turismo Roteiros do Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural: orientações básicas.** 2ª edição. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Programa nacional dos territórios rurais.** Brasília, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil:** Formação de Redes. Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Programa nacional de turismo rural na agricultura familiar,** 2003.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável.** 2ª ed. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), 1999.

CABRINI, L. **Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad.** Organización Mundial del Turismo. VII Congreso AECIT. Jaén, España, 2002.

CASAROTTO FILHO, N. E. ; PIRES, L.H.: **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local.** Estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência Italiana. Atlas, 1999.

CASSIOLATO, J. E; SZAPIRO, M. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local.** (Orgs.) Helena M.M. Lastres, José E. Cassiolato e Maria Lúcia Maciel. Relume Dumará Editora, julho de 2003.

COLEMAN, J. S. **Foundations of social theory.** Cambridge MA: Haverd University Press, 1990.

COLISTETE, R. P. **O desenvolvimentismo cepalino:** problemas teóricos e influências no Brasil. In: Estudos Avançados. CORRENTES TEÓRICAS Vol.15 no.41 São Paulo Jan./Apr.

2001. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142001000100004>, acessado em 08/02/2012.

COOPER, C. et al. **Turismo: princípios e práticas**. 3ª edição. Trad. Alexandre Salvaterra. Porto Alegre: Bookman, 2007.

COREDE CENTRAL. **Caminhos 2030**: relatório planejamento regional. Conselho Regional de Desenvolvimento Central (org.), 2010, 176p.

CORIOLOANO, L. N. M. T. et al. **Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário: atores e cenários de mudança**. Fortaleza. Editora da Universidade Estadual do Ceará. EdUECE, 2009.

CORIOLOANO, L. N.; ALMEIDA, H. M. **Arranjos Produtivos Locais do Turismo Solidário Redirecionam o Desenvolvimento da Região Nordeste?** GEONORDESTE. Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2008, no. 2.

CORRÊA, G. N. **Proposta de integração de parceiros na formação e gerência de empresas virtuais**. Tese (Doutorado em Engenharia). Escola de Engenharia de São Carlos – USP, São Carlos, 1999.

CRUZ, R. de C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DE BONI, L.A.; COSTA, R. **Os italianos do Rio Grande do Sul**. 2. ed. Porto Alegre: Vozes: 1982.

DE LA TORRE, O. **El Turismo, fenómeno social**. México, Fondo de Cultura Económica, 1994.

DIESEL, V. et al. **Caracterização da produção de vinho na região da Quarta Colônia – RS**. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/desenvolvimentorural>>. Acesso em: 28 maio 2008.

DEMO, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1995.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

FAVARETO, A. da S. **Paradigmas do desenvolvimento rural em questão – do agrário ao territorial**. Tese. Doutorado em Ciência Ambiental. FEA/USP. São Paulo, 2006.

FEATHERSTONE, M. **Localismo, globalismo e identidade cultural**. In: Sociedade e Estado. Brasília: UnB/Relume Dumará, v.XI, n. 1, Jan-Jun, 1996.

FELCHA, A. C.; FUSCO, J. P. A.; SILVA, A. V. C. **Arranjos produtivos locais e seus efeitos sobre o turismo**. Anais do SIMPOI. 201. P1-16, 2011.

FROEHLICH, J. M. **Identidades e desenvolvimento territorial** – Estudo prospectivo de potencialidades a partir da noção de indicação geográfica. Relatório Técnico de Pesquisa. Edital MCT/CNPq 15/2007 – Universal. Santa Maria, 2011.

FROEHLICH, J. M; ALVES, H. F. I. **Novas identidades, novos territórios** – mobilizando os recursos culturais para o desenvolvimento territorial. Revista Extensão Rural, DEAER/CPGExR – CCR – UFSM, Ano XIV, Jan – Dez de 2007.

FROEHLICH, J. M. **Rural e Natureza – a construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ, 2002.

_____. **O ‘local’ na atribuição de sentido ao Desenvolvimento**. Revista Paranaense de Desenvolvimento. Curitiba: IPARDES, n. 94, 1999.

FUKUYAMA, F. **Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade**. Tradução de Alberto Lopes. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FURTADO, C. **O Mito do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, edição abreviada, 1996.

FUSCO, J. P. A. **Cadeias de fornecimento e redes de empresas: abordagem metodológica para avaliação de competitividade**. São Paulo: Arte Ciência, 2004.

GARCIA, A. B. **Desarrollo rural – concepto, institucionalidad y políticas em el 2001**. Santiago do Chile: IICA, 2002.

GRAZIANO DA SILVA et al . **Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil**. In: ALMEIDA, J.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. (orgs.). Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Santa Maria: Ed. UFSM. pp.11-48, 1998.

GRAZIANO DA SILVA, J. **O novo rural brasileiro**. In: SHIKI, S.; SILVA, J. G.; ORTEGA, A C. (Orgs.). Agricultura, meio ambiente e sustentabilidade do cerrado brasileiro. Uberlândia: UFU, pp. 75-100, 1997.

GUERRERO, M. G. **La red social como elemento clave del desarrollo local**. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, 1996.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. 2ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

HALL, C. M. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Tradução: Adail Ubirajara e Maria Stela Gonçalves. 5ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

IDESTUR. Instituto de Desenvolvimento do Turismo. **Conceitos Gerais de Turismo Rural**. São Paulo. Disponível em: http://www.idestur.org.br/download/a_CONCEITO_GERAL_TURISMO_RURAL.pdf. Acesso em 17 de dezembro de 2011.

IRVING, M.; AZEVEDO, J. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

KAST, F.E; ROSENZWEIG, J.E. **Organização e administração**: um enfoque sistêmico. 3. Ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1987.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LAGE, H. G.; MILONE, P. C. (Org). **Turismo** – teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E.; ARROIO, A. (Ed.). **Conhecimento, sistemas de inovação e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ e Contraponto, 2005.

LEIPER, N. **Tourism Systems**: An Interdisciplinary Study. Occasion Papers: 1990, No. 2. Department of Management Systems, Massey University, Palmerston, New Zealand. 1990.

LIKERT, R. **A Technique for the Measurement of Attitudes**. Archives of Psychology 140: pp. 1-55, 1932.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do Turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

LÓPEZ-CASERO, F. **Identidad, estructura social y desarrollo local**. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, 1996.

_____. **La agrobiudad mediterranea**. Madrid: MAPA, Serie Estudios del MAPA, 1991.

MACIEL, M. L. **Confiança, capital social e desenvolvimento**. Econômica, v. 3, n. 2, p. 283-288, dezembro 2001 – Impressa em setembro de 2003.

MAGALHÃES, C. F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Rocca, 2002.

MAY, T. **Pesquisa social**: questões, métodos e processos. 3ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MELLO, P. C. de. **Uma visão comparativa do conceito de desenvolvimento econômico de Furtado com as teorias recentes**. História e Economia Revista Interdisciplinar. Vol. 2 - n. 1. 2º semestre, p 107-134, 2006.

MINAYO, M. C. **O desafio da pesquisa social**. In: MINAYO, M. C. (Org). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLINA, S. **Turismo e ecologia**. Tradução Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MORIN, E. **O método 4 – As Idéias**. 3ª edição. Sulina: Rio Grande do Sul, 2002.

_____. **Introdução ao pensamento complexo.** Lisboa: Instituto Piaget. 2ª edição, 1990.

_____. **Sociologia.** Lisboa: Publicações Europa-América, 1984.

MUELLER, A. A. **Criação de novos municípios, capital social e desenvolvimento.** (dissertação). Mestrado em Desenvolvimento Regional. Santa Cruz do Sul/RS, UNISC, 2007.

NARDI, O. **O meio rural da Quarta Colônia de Imigração Italiana como tema e cenário turístico.** (dissertação) Programa de Pós-Graduação em Geografia e Geociência. Universidade Federal de Santa Maria, 2007.

OMT. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** Porto Alegre: Bookman, 2003.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia.** 2ª edição. São Paulo, SP: Aleph, 2005.

PALHARES, G. L. **Transportes Turísticos.** São Paulo: Aleph, 2002.

PORTER, M. *Clusters* e Competitividade. **HSM Management**, p.100-110, Jul/Ago, 1999.

_____. **Vantagem Competitiva.** Criando e sustentando um desempenho superior. 13 ed., Rio de Janeiro, Campus, 1989 – 13 ed. 1998.

_____. **A vantagem competitiva das nações.** Rio de Janeiro, Campus, 1993.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna.** 2ª Ed. Rio de Janeiro FGV, 2000.

RIEDL, M; ALMEIDA, J. A; VIANA, A. (Orgs.) **Turismo rural: tendências e sustentabilidade.** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

RUSCHMANN, Dóris. **Turismo e planejamento sustentável.** Campinas: Papyrus. 1997.

SACHS, Ignacy. Uma nova economia para o século XXI. In: **Jornal da USP**. Ano XXII, nº 782, novembro de 2006.

_____. **Inclusão social pelo trabalho**: desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

_____. **Em busca de novas estratégias de desenvolvimento**. In: Estudos Avançados. V. 9, n. 25. São Paulo: Edusp. 1995. pp. 29-58.

SANTIN, S. **A imigração esquecida**. Porto Alegre: EDUCS, 1986.

SARDAR, Zauddin. **Beyond Development**: an Islamic Perspective. In: The European Journal of development research. London: Frank Cass & Co. V.8, nº. 2, pp 36-55, 1996.

SAMPIERI, R. H; COLLADO, C. H; PILAR, L.B. **Metodologia de pesquisa**. Tradução: Fátima Conceição Murad ET. al. 3ª edição. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, Milton. **Território e sociedade**: entrevista com Milton Santos. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

SANTOS, J. F. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense. 5ª edição, 1988.

SCHNEIDER, Sergio. **Agricultura familiar e industrialização**: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

_____. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

SCHLÜTER G. Regina. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo. Cia da Letras, 2000.

SETUR/RS. Secretaria de Estado do Turismo. **Atividades Características do Turismo no RS**. RAIS 2011. Edição 2011. Disponível em: http://www2.turismo.rs.gov.br/uploads/1352211239Atividades_caracteristicas_do_turismo_RAIS_2011.pdf, acessado em julho de 2013.

SILVA, A. P; COELHO, E. R. **Inventariação da oferta turística dos municípios da região central do RS**. Acervo do Laboratório do Curso de Turismo. Santa Maria: UNIFRA, 2008.

SILVEIRA, P. R. C da; HEINZ, C. **Controle de qualidade normativo e qualidade ampla: princípios para reestruturação e qualificação da produção artesanal de alimentos**. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/desenvolvimentorural>>. Acesso em maio de 2012.

SOUZA, M. L. **A teorização sobre o desenvolvimento em uma época de fadiga teórica**. In: Território. Rio de Janeiro: LAGET-UFRJ. n. 1, v.1, Jul-Dez, 1996.

SPÍNOLA, V. **Rochas ornamentais em arranjo produtivo** – Salvador: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia. 2003. (Série estudos e pesquisas).

STECKER, Débora. **Rota turística e gastronômica Santa Maria – Silveira Martins: o desenvolvimento do turismo na Quarta Colônia de Imigração Italiana**. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Patrimônio Cultural). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.

TOMAZZONI, Edegar Luis. **Turismo e Desenvolvimento Regional. Modelo APL Tur Aplicado à Região das Hortênsias. Rio Grande do Sul – Brasil**. (Tese de doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. USP, São Paulo, 2007.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Altas, 1987.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes de Moura. 2ª edição. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1999.

VASCONCELLOS, M. J. E. de. **Pensamento sistêmico: o novo paradigma da ciência**. Campinas: Papirus, 2002.

VEIGA, J.E. **Cidades imaginárias. O Brasil é Menos Urbano do que se Calcula**. Editora: Autores Associados, Campinas-SP, 2002.

_____. **O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento**. Revista Estudos Avançados 15 (43), p. 101-119, 2001.

VENDRUSCOLO, Rafaela. **“Somos da Quarta Colônia”**: os sentidos de uma identidade territorial em construção. Dissertação. (Mestrado em Extensão Rural). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

WANDERLEY, Maria de Nazareth. B. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas** – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. CPDA/UFRRJ. Rio de Janeiro, 2000.

WORDL BANK. **Measuring social capital**: an integrated questionnaire. Christiaan Grootaert ... [et al.]. p. cm. -- (World Bank Working Paper; no. 18), 2004.

YAÑEZ, C. N. **Globalización y localismo**: nuevas oportunidades para el desarrollo. In: Revista de Fomento Social. ETEA - Institución Universitaria de la Compañía de Jesús. Córdoba: n.53, p. 31-46, 1998.

ZANINI, M. C. C. **Italianidade no Brasil Meridional**: A construção da identidade étnica na região central de Santa Maria – RS. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2006.

APÊNDICES

Coletivo Veículo de Excursão. Qual agência/empresa? _____

2.5 Qual foi o meio de hospedagem utilizado?

- Não utilizou Pousada Acampamento
 Hotel Alojamento/ albergue Casa de amigos/parentes

2.6 Qual o principal motivo de você vir até a região?

- férias eventos negócios e motivos profissionais
 compras gastronomia religioso
 cultural/patrimônio lazer/descanso visita a familiares e amigos

2.7 Tipos de produtos consumidos?

- Alimentação Hospedagem Produtos agroindustrializados
 Artesanato Programação Cultural Outros:

2.8 Quanto gastou ou pretende gastar?

2.9 Tempo de permanência no município?

2.10 Suas expectativas foram satisfeitas? Sim Não
Por quê?

3- INFRAESTRUTURA E ASPECTOS GERAIS

3.1 Dê uma nota de 1 a 10 para os itens abaixo na Quarta Colônia, sendo 1 para totalmente insatisfeito e 10 para totalmente satisfeito:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Condições de acesso ao local										
Limpeza										
Sinalização										
Informações turísticas										
Pavimentação/calçamento urbano										
Segurança pública										
Meios de hospedagem da região										
Restaurantes da região										
Hospitalidade dos moradores locais										
Atrativos naturais										
Atrativos culturais										

Agradecemos a sua colaboração!

Apêndice 2 - Roteiro para a entrevista com os gestores das entidades e associações

Data:

Município:

Cargo do gestor:

- 1 Qual a sua percepção em relação ao turismo na Quarta Colônia e Região Central?
- 2 Como você percebe as relações entre Santa Maria e os municípios da Quarta Colônia para buscarem o desenvolvimento do turismo?
- 3 Quais são os pontos mais fracos (problemáticos) da Região?
- 4 A instituição tomou conhecimento do edital do governo do estado sobre a proposta de formação de uma APL de Turismo da Região Central? Participou? De que forma?
- 5 Quais são as principais vantagens de constituição de um arranjo produtivo local de turismo?
- 6 Quais são as principais dificuldades que levaram a não aprovação do projeto junto ao Governo do Estado?
- 7 Quais são os principais parceiros da entidade?

QUESTÕES DE CUNHO PESSOAL PARA O GESTOR

- 8 Você acha que nos últimos cinco anos, o grau de confiança na região melhorou, piorou ou permaneceu mais ou menos o mesmo? Por quê?
- 9 Hoje em dia, com que frequência você diria que as pessoas nesta região ajudam umas às outras? Justifique a resposta
- 10 Em geral, em comparação há cinco anos, o acesso à informação melhorou, piorou ou permaneceu mais ou menos o mesmo?

Apêndice 3 - Roteiro para as entrevistas com os gestores públicos municipais

Data:

Município:

Cargo do gestor:

- 11 Qual é a estrutura administrativa que atende ao turismo no município? Secretaria? Departamento de turismo? Outra forma?
- 12 Quais são os programas e projetos que o município possui associado aos municípios da Quarta Colônia?
- 13 Quais são os pontos mais fracos (problemáticos) da sua região?
- 14 Qual a sua percepção em relação ao turismo na Quarta Colônia e Região Central?
- 15 Como você percebe as relações entre Santa Maria e os municípios da Quarta Colônia para buscarem o desenvolvimento do turismo?
- 16 Os gestores da administração pública tomaram conhecimento do edital do governo do estado e da proposta de formação de uma APL de Turismo da Região Central? Participou? De que forma?

QUESTÕES DE CUNHO PESSOAL PARA O GESTOR

- 17 Você acha que nos últimos cinco anos, o grau de confiança nesta localidade, melhorou, piorou ou permanece o mesmo? Por quê?
- 18 Hoje em dia, com que frequência você diria que as pessoas nesta localidade ajudam umas às outras? Justifique a sua resposta
- 19 Em geral, em comparação há cinco anos, o acesso à informação melhorou, piorou ou permaneceu mais ou menos o mesmo?

Apêndice 4 – Roteiro da entrevista aplicada com os empresários

Número do questionário:

Data __ / __ / ____

I - IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA:

Razão Social:

Endereço:

- 1- Município de localização:
- 2- Segmentos/atividade principal:
- 3- Ano de fundação:
- 4- Número de sócios fundadores
- 5- Perfil do principal sócio fundador:
Idade () Sexo F () M () naturalidade:
Atividade dos pais:
- 6- Qual era a principal atividade que os sócio-fundadores exerciam antes de criarem a empresa?
- 7- Pessoal ocupado atual: Quantos são sócios proprietários? Contratos formais?
Famíliares sem contrato formal? Serviços temporários?
- 8- A empresa já fez algum financiamento? Caso afirmativo, qual foi a fonte do financiamento e para que ele foi feito?
- 9- Qual a sua percepção em relação ao turismo na Quarta Colônia e Região Central?
- 10- Como você percebe as relações entre Santa Maria e os municípios da Quarta Colônia para buscarem o desenvolvimento do turismo?
- 11- Quais são os pontos mais fracos (problemáticos) da sua região?
- 12- Qual é o período de baixa e de alta das vendas da empresa?
- 13- Qual é o público que mais frequenta o seu estabelecimento? (origem, perfil)
- 14- Quais são as formas de divulgação dos produtos e serviços da sua empresa?
- 15- Nós últimos 3 anos a sua empresa introduziu alguma inovação? Qual seria? Qual a origem desta inovação?
- 16- Sua empresa efetuou atividades de treinamento e capacitação de recursos humanos durante os últimos três anos? Quais foram?
- 17- Qual é a origem dos insumos/fornecedores que a empresa utiliza? Local, regional, estadual, fora do Estado ou importação?

18- A empresa participa de algum projeto da comunidade? Qual?

19- O empreendimento participa de alguma rota ou roteiro turístico regional? Caso positivo, há alguma vantagem nesta participação e qual seria?

QUESTÕES DE CUNHO PESSOAL DO GESTOR

20- O quanto você confia em diferentes tipos de pessoas. Numa escala de 1 a 7, quanto você confia nas pessoas considerando cada categoria apresentada?

	1. Confia muito pouco 2. Confia pouco 3. Nem pouco, nem muito. 4. Confia muito 5. Confia totalmente 6. Desconheço 7. Não influencia na confiança
Mesma etnia	
Empresários locais	
Membros do governo local, prefeitura, câmara de vereadores	
CONDESUS	
COREDE Central	
Sistema S (SEBRAE, SENAR, SESC...)	
UNIVERSIDADES (UFSM, UNIFRA, ULBRA, ...)	
Associações, sindicatos e cooperativas	
Turistas e visitantes em geral	

21- Você acha que nos últimos cinco anos, o grau de confiança nesta localidade melhorou, piorou ou permaneceu mais ou menos o mesmo? Por quê?

22- Hoje em dia, com que frequência você diria que as pessoas nesta localidade ajudam umas às outras? Justifique.

23- Em geral, em comparação há cinco anos, o acesso à informação melhorou, piorou ou permaneceu mais ou menos o mesmo?

Apêndice 5 - Dados originais das notas atribuídas ao grau de confiança dos empresários entrevistados com relação aos atributos e instituições

Grau de confiança dos empresários da Quarta Colônia com relação aos grupos e instituições apontados como variáveis

Empresários Entrevistados	Mesma etnia	Empresários e comerciantes locais	Governo local, prefeitura, câmara de vereadores	CONDESUS	COREDE Central	Sistema S (SEBRAE, SENAR, SESC, SENAI, ...)	UNIVERSIDADES (UFSM, UNIFRA, ULBRA, ...)	Associações comerciais, sindicatos e cooperativas	Turistas e visitantes
Empresário AZ	7	3	3	2	2	4	4	3	5
Empresário BY	3	4	1	7	7	4	5	3	5
Empresário CX	7	3	1	3	3	5	5	3	5
Empresário DN	5	4	4	3	6	4	4	2	5
Empresário EW	7	3	1	1	1	1	1	1	5
Empresário FR	7	4	3	3	3	3	4	4	3
Empresário GT	7	3	4	1	3	4	5	4	4
Empresário HS	7	3	1	7	7	3	1	3	4
Empresário IR	7	1	1	6	6	4	4	4	4
Empresário JG	7	4	3	6	6	5	5	5	4
Empresário QP	7	2	1	6	6	2	4	2	3
Empresário LO	4	3	1	7	7	4	4	4	5
Empresário MN	7	3	1	4	2	3	3	7	4

Fonte: dados originais coletados na pesquisa de campo, no período de novembro de 2013 a abril de 2014.

ANEXOS

Anexo 1 - Quadro dos Roteiros Integrados de Turismo Rural, Cultural e Ecológico implantados pelo PRODESUS Quarta Colônia, período de 2002.

<p>Roteiro 1 – Cascata e Gruta do índio – Município: Agudo Percurso: 62 Km - 4 horas – acesso fácil de carro por estrada trafegável. Descrição: visita à cascata do Raddatz, mata nativa, contato com a comunidade, descida por degrau para avistar a queda d'água de 32 m. de altura. Visita à Gruta do índio com vestígios da vida dos índios que habitavam a região. Estacionamento para ônibus e veículos de passeio. Pode-se aproveitar para visitar o Museu do Instituto Cultural Brasileiro-Alemão.</p>
<p>Roteiro 2 – Barragem – Município: Agudo Percurso: 56 Km - 4 horas – nível fácil Descrição: travessia do Rio Jacuí em 'barca por cabo' com vista da inundação da Usina Dona Francisca e visita à Igreja Evangélica.</p>
<p>Roteiro 3 – Toca da Onça e Barragem de Itaúba – Município: Pinhal Grande Percurso: 14 Km - nível fácil – acesso de carro. Descrição: cascata do Lajeado da Várzea com três quedas. Caminhada até a toca da onça com grande número de aves nativas no local. Finaliza o percurso a visita à Barragem de Itaúba.</p>
<p>Roteiro 4 – Roteiro dos Pinhais – Município: Pinhal Grande Percurso: nível fácil Descrição: saída na sede do município com caminhada por mata de araucária, visita à cascata do Fio Azul e visita à arquitetura típica do local.</p>
<p>Roteiro 5 – Roteiro da Cartuxa – Município: Ivorá Percurso: 15 Km – 8 horas - nível médio Descrição: visita ao Mosteiro dos Monges Cartuxos com caminhada pela mata nativa até a cascata dos monges. Na sede do município, visita à Igreja Matriz e Torre do Cristo. Escalada e vista do Monte Grappa (580 m.). Almoço típico italiano. Pode-se aproveitar para visitar a casa onde nasceu Alberto Pasqualini.</p>
<p>Roteiro 6 – Roteiro das Cascatas – Município: Ivorá Percurso: 12 Km – 6 horas - nível médio Descrição: visita ao Balneário do Pé Seguro em contato com a natureza, travessia do rio através de ponte pênsil. Cascata da Queda Livre, Cascata da Pedra e Cascata dos Degraus. A flora do local é rica e variada e com sorte avista-se exemplares da fauna nativa como tucanos, saracuras, veados e cutias.</p>
<p>Roteiro 7 – Cerro Comprido – Município: Faxinal do Soturno Percurso: 18 Km – dia inteiro – nível alto Descrição: caminhada pela trilha do Cerro (subida de 3 horas), entre as cadeias de morros que fazem parte da Serra Geral, com vista panorâmica do Vale do Soturno, Várzea do Rio Jacuí e Vale do Novo Treviso. Após, descida à localidade de Novo Treviso, núcleo histórico que recebeu os primeiros imigrantes italianos de Faxinal do Soturno, com elementos típicos da arquitetura italiana do RS. Pode-se visitar a Igreja de São Marcos, o Museu de Novo Treviso e aproveitar o almoço típico.</p>
<p>Roteiro 8 – Trilha do Soturno e Guarda-Mor – Municípios: Faxinal do Soturno, Silveira Martins e Ivorá Percurso: dia inteiro – nível fácil Descrição: visita ao distrito de Santos Anjos com ponte de ferro sobre o Rio Soturno, várzeas com lavouras de arroz, mata nativa, pinguelas e córregos. Passeio pela localidade de Val Veronês, onde se aprecia a Igreja de N. S. do Monte Bérico e Monumento do Centenário da Imigração Italiana. Pode-se apreciar a bela vista da Guarda-Mor. Almoço em Faxinal do Soturno.</p>
<p>Roteiro 9 – Roteiro das Pedras Brancas – Município: São João do Polêsine Percurso: 18 Km – nível médio Descrição: deslocamento até a entrada da trilha das Pedras Brancas com trajeto a pé de aproximadamente 1 Km. No mirante a 472 m., tem-se um magnífico panorama do Vale do Soturno.</p>
<p>Roteiro 10 – Vale Vêneto – Município: São João do Polêsine Percurso: 40 Km – nível fácil Descrição: visita ao local onde nasceu o diácono João Pozzobon, Igreja de São Pedro e passeio ao distrito de Vale Vêneto, incrustado entre morros, com visita ao Moinho do Brondani, Recanto do Maestro e Balneário Dom Vitória.</p>
<p>Roteiro 11 – Roteiro das Usinas – Município: Nova Palma Percurso: 40 Km – 8 horas - nível médio Descrição: Usina Celetro, construída em 1926, com percurso por mata nativa. Usina do Cafundó, Monumento Salete na Serra de São Martinho. Quedas da Cascata Pedras Brancas. Caminhada até a Cascata do Pingo. Visita ao Centro de Pesquisas Genealógicas da Quarta Colônia. Finalização com visita à Igreja Santíssima Trindade.</p>
<p>Roteiro 12 – Cascatas e Capelas – Município: Nova Palma Percurso: 74 Km – dia inteiro - nível médio Descrição: Gruta N. S. de Lurdes, caminhadas até as Cascatas do Pingo e da Pedra Branca, Capelas São José e Santa Cruz, com belos vitrais. Após, gruta indígena do Caemborá e Caverna de N. S. de Fátima. Por último, a capela de São Pedro, onde a pintura do forro foi feita pelo pintor Amadeu Kuliska em 1928.</p>

<p>Roteiro 13 – Berço da Quarta Colônia – Município: Silveira Martins Percurso: 8 horas – nível médio Descrição: saída de Santa Maria e passagem pelo monumento do Sol. Visita ao Moinho Colonial da Família Moro, onde se pode saborear uma boa cachaça ou suco de cana. Visita à Val Feltrina de carro e caminhada pelo interior da mata, podendo-se visitar as cascatas do Mezzomo e do Rosa, chegando ao conjunto histórico da Pompéia, ao monumento ao imigrante italiano e ao sítio histórico de Val de Buia. Almoço típico italiano.</p>
<p>Roteiro 14 – Roteiro da Pompéia – Município: Silveira Martins e São João do Polêsine Percurso: 6 horas – nível médio Descrição: visita a locais que exemplificam a beleza da arquitetura colonial italiana. Visita ao conjunto da Pompéia e caminhada pela trilha do Sartori no interior da mata até o Moinho Colonial do Brondani. Almoço típico italiano.</p>
<p>Roteiro 15 – Roteiro dos Alemães – Município: Restinga Seca Percurso: 60 Km - 8 horas Descrição: Igreja Evangélica, Casa da Família Erahdt, antigo armazém, Salão Rockembach, Casa Prochnow, São Miguel Velho (vila de ex-escravos) e Mirante da Lomba Alta com vista panorâmica da cidade. Almoço e roteiro urbano com visita ao Buraco Fundo, fenda geológica de 2 mil m2 e Cabanha Campo Novo.</p>
<p>Roteiro 16 – Roteiro das Tunas – Município: Restinga Seca Percurso: 120 Km – 10 horas Descrição: Igreja Evangélica, Casa da Família Erahdt, antigo armazém, Salão Rockembach, Casa Prochnow, São Miguel Velho (vila de ex-escravos), Passo da Barca na Colônia Borges e descida pelo Rio Vacacaí de caiaque chegando até o Balneário das Tunas.</p>
<p>Roteiro 17 – Morro da Cruz – Município: Dona Francisca Percurso: 6 horas – nível médio Descrição: roteiro urbano com visita ao Museu Municipal, Porto do Jacuí e Tobogã. Caminhada em mata nativa até o Cerro da Cruz e visita ao Parque Municipal com casas típicas alemãs e italianas. Pode-se provar um gostoso café colonial no Parque.</p>
<p>Roteiro 18 – Alemães e Italianos do Jacuí – Município: Dona Francisca Percurso: 50 Km – 8 horas – nível médio Descrição: visita à Casa da Família Segatto e ao Sobrado da Família Secretti. Caminhada pela mata chegando à Caverna do Morcego e a Cascata do Segatto (queda d'água de 40 m.). Visita à Casa dos Friedrich e almoço na Comunidade Evangélica do Trombudo. Descida de bote pelo Rio Jacuí, com saída do Passo Saint-Clair. Visita ao Museu do Parque e café colonial.</p>

Fonte: Folders turísticos “Roteiros Integrados de Turismo Rural, Cultural e Ecológico da Quarta Colônia de Imigração Italiana do RS” (PRODESUS-1997) e “Caminhos Verdes do Rio Grande – Corredores de Ecoturismo da Região Central” (Secretaria de Turismo do RS-1997). Elaborador por Froehlich (2002).

Anexo 2 - Lista dos roteiros e caminhadas comercializados pela Agência de Turismo Na Trilha

SEGMENTO: ECOTURISMO E AVENTURA E RURAL / QUARTA COLÔNIA - RS

** atividades com saída de Silveira Martins e realizadas a pé em zona rural com inclusão das tradições e manifestações culturais da região priorizando as 4 estações do ano no espaço da Rota Turística e Gastronômica Santa Maria – Silveira Martins.

NOME	NÍVEL	PERCURSO	DURAÇÃO	OCORRÊNCIA
Circuito João Luiz Pozzobon	MÉDIO	115 KM	4 dias	Anual/carnaval
Caminhos da Imigração Italiana	médio	50 km	4 dias	Anual/maio
Caminhada Eco-cultural/ místico religiosa	médio	50 km	4 dias	Anual/junho
Trilha da Colheita da Macela	médio	6 km	Meio dia	Anual/Páscoa
Trilha da Mãe Menina	fácil	6 km	Meio dia	setembro
Trilha do Imigrante	médio	12 km	1 dia	4 x ano
Trilha do Marco Zero	médio	12 Km	1 dia	4 x ano
Trilhas e Cascatas na Quinta D. Inácio	médio	3 km	1 dia	4 x ano
Trilha do Mirante do Guerino	fácil	6 Km	Meio dia	4 x ano
Caminho da Pompéia	fácil	6 km	Meio dia	4 x ano
Caminhada do Silêncio	fácil	6 Km	Meio dia	4 x ano
Caminhada Lua Cheia	médio	6 Km	Meio dia	mensal
Caminhada na Linha dos Mantuanos	fácil	10 Km	1 dia	4 x ano
Cam. contemplando a paisagem dos alto dos Mirantes	médio	12 km	1 dia	4 x ano
Caminho Vêneto	médio	16 Km	1 dia	4 x ano
Caminho da Uva e das Águas	fácil	12 Km	1 dia	Jan/fev.
**AVES EM FOCO – roteiro observação aves na Rota	fácil	3 Km	1 dia	Anual
*Caminhada Solidária na Semana do Imigrante	fácil	6 km	Meio dia	maio
CAMINHADA DA MADRUGADA	médio	12 Km	madrugada	2 x ano

*Ação sócio ambiental da empresa

** Saídas de Santa Maria com transporte

SEGMENTO: GASTRONÔMICO E CULTURAL

** atrativos diversos com cantinas e culinária dos restaurantes típicos da Rota. Com saídas a partir de Santa Maria e/ou Silveira Martins.

NOME	PERCURSO	DURAÇÃO	OCORRÊNCIA	MODALIDADE
Caminho dos Aromas e Sabores	12 a 25 km	1 dia	ANUAL	Uso transporte

SEGMENTO: RELIGIOSO

** além dos templos religiosos incluem-se também as festas dos padroeiros com as tradições gastronômicas.

Com saídas a partir de Santa Maria e/ou Silveira Martins.

NOME	PERCURSO	DURAÇÃO	OCORRÊNCIA	MODALIDADE
Expressões da Fé	12 a 25 km	1 dia	ANUAL	Uso transporte

Fonte: Na Trilha Agência de viagens, lista das caminhadas ofertadas pela agência

Anexo 3 - Tabelas da tabulação original dos dados coletados dos 133 visitantes nas Festividades pesquisadas

Instrução

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fundamental Incompleto	12	9,0	9,0	9,0
Fundamental completo	10	7,5	7,5	16,5
Médio completo	10	7,5	7,5	24,1
Médio Incompleto	26	19,5	19,5	43,6
Superior Incompleto	11	8,3	8,3	51,9
Superior completo	42	31,6	31,6	83,5
Pós-graduação incompleta	4	3,0	3,0	86,5
Pós-graduação completa	16	12,0	12,0	98,5
Analfabeto	2	1,5	1,5	100,0
Total	133	100,0	100,0	

Renda

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menos de 1 SM	7	5,3	5,6	5,6
1 a 3 SM	53	39,8	42,1	47,6
4 a 7 SM	41	30,8	32,5	80,2
8 a 12 SM	13	9,8	10,3	90,5
Mais de 12 SM	12	9,0	9,5	100,0
Total	126	94,7	100,0	
Missing System	7	5,3		
Total	133	100,0		

profisao

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid agricultor	12	9,0	9,0	9,0
aposentado	11	8,3	8,3	17,3
comerciário	21	15,8	15,8	33,1
estudante	10	7,5	7,5	40,6
empresário	8	6,0	6,0	46,6
militar	2	1,5	1,5	48,1
professor	26	19,5	19,5	67,7
profissional autônomo	14	10,5	10,5	78,2
profissional liberal	9	6,8	6,8	85,0
servidor publico	9	6,8	6,8	91,7
desempregado	1	,8	,8	92,5
bancário	1	,8	,8	93,2
dona de casa	7	5,3	5,3	98,5
domestica	2	1,5	1,5	100,0
Total	133	100,0	100,0	

quantas_vezes_esteve_localidade_passeio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid primeira vez	30	22,6	22,6	22,6
uma vez ano	55	41,4	41,4	63,9
2 a 3 vezes ao ano (eventualmente)	20	15,0	15,0	78,9
4 vezes ao ano (mensalmente)	12	9,0	9,0	88,0
frequentemente (semanalmente)	16	12,0	12,0	100,0
Total	133	100,0	100,0	

com_ficou_sabendo_desse_local

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	amigos/família	79	59,4	60,8	60,8
	folders/panfletos	4	3,0	3,1	63,8
	internet	4	3,0	3,1	66,9
	jornal	15	11,3	11,5	78,5
	radio	11	8,3	8,5	86,9
	TV	17	12,8	13,1	100,0
	Total	130	97,7	100,0	
Missing	System	3	2,3		
Total		133	100,0		

quem_acompanha_voce_nesse_passeio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ninguém	4	3,0	3,0	3,0
	cônjuge/acompanhante	13	9,8	9,8	12,8
	família	97	72,9	72,9	85,7
	amigos	19	14,3	14,3	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

qual_tipo_veiculo_transporte

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	carro	123	92,5	92,5	92,5
	coletivo	3	2,3	2,3	94,7
	excursão	4	3,0	3,0	97,7
	moto	3	2,3	2,3	100,0
	Total	133	100,0	100,0	

qual_meio_de_hospedagem_utilizado

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	não utilizou	71	53,4	81,6	81,6
	hotel	2	1,5	2,3	83,9
	3,00	2	1,5	2,3	86,2
	4,00	3	2,3	3,4	89,7
	6,00	9	6,8	10,3	100,0
	Total	87	65,4	100,0	
Missing	System	46	34,6		
Total		133	100,0		

principal_motivo_evento_opcao_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	compras	3	2,3	2,3	2,3
	cultural	13	9,8	10,0	12,3
	gastronomia	61	45,9	46,9	59,2
	lazer	18	13,5	13,8	73,1
	religioso	6	4,5	4,6	77,7
	visita familiares	3	2,3	2,3	80,0
	eventos	17	12,8	13,1	93,1
	ferias	7	5,3	5,4	98,5
	negócios	2	1,5	1,5	100,0
	Total	130	97,7	100,0	
Missing	System	3	2,3		
Total		133	100,0		

principal_motivo_evento_opcao_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	compras	3	2,3	6,3	6,3
	cultural	4	3,0	8,3	14,6
	gastronomia	9	6,8	18,8	33,3
	lazer	8	6,0	16,7	50,0
	religioso	18	13,5	37,5	87,5
	visita familiares	3	2,3	6,3	93,8
	eventos	3	2,3	6,3	100,0
	Total	48	36,1	100,0	
Missing	System	85	63,9		
Total		133	100,0		

tipos_produtos_consumidos_opcao1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alimentação	124	93,2	93,9	93,9
	programação cultural	2	1,5	1,5	95,5
	produtos agroindustriais	4	3,0	3,0	98,5
	outros	2	1,5	1,5	100,0
	Total	132	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		133	100,0		

tipos_produtos_consumidos_opcao2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	artesanato	9	6,8	13,0	13,0
	hospedagem	1	,8	1,4	14,5
	programação cultural	9	6,8	13,0	27,5
	produtos agroindustriais	48	36,1	69,6	97,1
	outros	2	1,5	2,9	100,0
	Total	69	51,9	100,0	
Missing	System	64	48,1		
Total		133	100,0		