



**DESENVOLVIMENTO LOCAL E TURISMO NO ESPAÇO RURAL:
UM ESTUDO DA ROTA SABORES E SABERES DO VALE DO CAÍ (RS)**

**Local Development and Tourism in Rural Landscape:
A Study about the Route of Flavors and Knowledge of Cai Vale (RS)**

Lisete Teresinha Ludwig Schneider¹

**Curso de Ciências Econômicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos
lisetes@bommtempo.com.br**

Angélica Massuquetti

**Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade do Vale do Rio dos Sinos
angelicam@unisinos.br**

Vanessa Krützmann

**Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade do Vale do Rio dos Sinos
vanessakrutzmann@hotmail.com**

Eduarda Martins Correa da Silveira

**Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade do Vale do Rio dos Sinos
eduarda629@hotmail.com**

Fernanda Schutz

**Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade do Vale do Rio dos Sinos
feschutz@yahoo.com.br**

RESUMO

O objetivo do estudo é analisar a importância socioeconômica do turismo rural, caracterizado pela Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, para o desenvolvimento local dos municípios de

¹ Professora na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)
UNISINOS - São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil.

Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi (RS). A metodologia adotada foi baseada em pesquisa bibliográfica e em entrevistas estruturadas. Os resultados revelam que o turismo rural apresenta-se como uma estratégia de desenvolvimento conjunta entre atores governamentais e não governamentais e tem contribuído para o desenvolvimento local.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento local, Turismo rural, Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí.

ABSTRACT

This paper analyses the socio-economic importance of the rural tourism, known as the route of flavors and knowledge do Vale do Caí, to the local development of the cities of Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi in the state of Rio Grande do Sul. The methodology was based on a bibliographic research and in structured interviews. The results reveal that the rural tourism is a development strategy combining the public and the private sectors and have been contributing to the local development.

KEYWORDS: Local development, rural tourism, route of flavors and knowledge do Vale do Cai.

1. INTRODUÇÃO

Desde os anos 1980, as atividades consideradas não agrícolas passaram a ser incorporadas ao ambiente econômico por meio de cooperativas e de associações de produtores rurais¹ (Silva et al., 1997). A mudança na definição de rural, que antes era apenas compreendido como o espaço que não era urbano, segundo Campanhola e Silva (1999), está relacionada ao crescimento dessas atividades. Neste aspecto, destaca-se sua associação à ideia de um ambiente que representa melhor qualidade de vida e lazer para a população urbana. O turismo rural, assim, começou a ser reconhecido economicamente, sendo observado como uma oportunidade para o desenvolvimento local.

De acordo com Beber e Menasche (2011), há inúmeros aspectos no meio rural que atraem a atenção da população dos centros urbanos, como a atividade agropecuária, a alimentação², a paisagem, a cultura, entre outros, estimulando a atividade de turismo rural. Para os municípios de menor porte e com atividades agrícolas presentes em suas economias, esta modalidade de turismo tem permitido a geração de emprego e renda³. Segundo Andrews

¹ Destacam-se as pesquisas desenvolvidas no Projeto Rurbano, da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), que, desde 1996, analisam novas relações entre o rural e urbano.

² Conforme Cruz e Menasche (2011), produtos agrícolas e alimentos oferecidos com qualidade têm sido um diferencial na prática do turismo rural.

³ Dentro do turismo rural, conforme Slow Food (2005), também se tem abordado a filosofia do *slow food*, que valoriza o consumo dos alimentos na forma primária, considerando, principalmente, sua produção de maneira natural. Essas práticas de produção e consumo

(2008), a preferência por consumir e comercializar produtos ecologicamente produzidos, envolvendo principalmente pequenas propriedades rurais, pode desenvolver a economia de um determinado local.

O turismo rural no Rio Grande do Sul, segundo Silva e Campanhola (2000), passou a desenvolver um papel importante para a economia gaúcha em espaços não agrícolas e ligados ao agroturismo e ao ecoturismo a partir de meados da década de 1990. Os autores afirmam que os gaúchos mantêm a tradição da agricultura familiar, produzindo e comercializando produtos agrícolas. Esta atividade permite a sustentabilidade das famílias de áreas rurais.

As modalidades de turismo praticadas no meio rural são definidas de diferentes formas pelos pesquisadores desta temática. Conforme Campanhola e Silva (1999), as atividades de lazer realizadas no meio rural são caracterizadas por turismo rural e ecológico, de aventura e cultural, de negócios, social, de saúde e esportivo. Já para Silva et al. (1998), o turismo rural é uma atividade que se identifica com as particularidades da vida rural, que valorizam o meio, a economia e a cultura local. O agroturismo, segundo Campanhola e Silva (1999), relaciona-se às atividades de cada região, como artesanato, comida típica e lazer. Outra modalidade seria o ecoturismo, que, de acordo com Campanhola e Silva (1999), é realizado em áreas rurais naturais, caracterizadas pela preservação do meio ambiente, objetivando o estudo e a apreciação da flora e da fauna.

O turismo rural, portanto, permite um melhor aproveitamento desse ambiente, tornando-se uma alternativa para manter as pequenas propriedades existentes e gerar emprego e renda para as famílias envolvidas e para a região. Neste sentido, o objetivo deste artigo é analisar a importância socioeconômica do turismo rural, caracterizado pela Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, para o desenvolvimento local dos municípios de Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi, localizados no Vale do Caí (Rio Grande do Sul).

A escolha do Vale do Caí justifica-se pela variedade de espaços turísticos existentes nesta região, com comércio e rotas turísticas estruturadas, como a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, objeto deste artigo. A pesquisa também se justifica pela importância que o turismo rural pode ter para o desenvolvimento local e para as famílias envolvidas nesta atividade econômica. Os investimentos e o apoio técnico nesta área, oriundos das Prefeituras Municipais, da Associação Riograndense de Empreendimentos e Assistência Técnica e

gerariam oportunidades de desenvolvimento para regiões menos desenvolvidas e valorizariam a cultura local.

Extensão Rural (Emater/RS-Ascar) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), permitem que as comunidades sejam beneficiadas com melhorias em infraestrutura (calçamento, saneamento básico, telecomunicação, conservação de parques e áreas verdes, paisagismo etc.) e qualificação de mão de obra.

O artigo está estruturado em cinco seções, considerando a introdução e as considerações finais. Na segunda seção, por meio da revisão bibliográfica, discutem-se aspectos do desenvolvimento local, dando ênfase ao turismo rural, e são caracterizados (perfil demográfico e socioeconômico) os municípios que integram a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí. A terceira seção apresenta a metodologia empregada e a quarta seção expõe os resultados da pesquisa. Por fim, na quinta seção, apresentam-se as conclusões do estudo.

2. DESENVOLVIMENTO LOCAL, TURISMO RURAL E VALE DO CAÍ

Esta seção está dividida em duas subseções, sendo que na primeira é apresentada a relação entre desenvolvimento local e turismo rural. Por fim, na segunda subseção, destaca-se o perfil demográfico e socioeconômico dos municípios que integram a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí.

2.1 A RELAÇÃO ENTRE DESENVOLVIMENTO LOCAL E TURISMO RURAL

Para Franco (2001), o desenvolvimento é definido como uma estratégia conjunta entre o Estado, o mercado e a sociedade civil. Neste contexto, o desenvolvimento pode ser gerado em um determinado local por meio de novas ideias (Polis, 2005). O desenvolvimento econômico local, para Muls (2008), resulta de uma ação coletiva do território. O território é formado por um conjunto de redes de relações sociais e econômicas, por meio de suas organizações, criando resultados coletivos em regiões de desenvolvimento. Para o autor, as micro e pequenas empresas têm um importante papel no desenvolvimento local, organizando-se em redes de produção e de comercialização. A promoção do desenvolvimento envolve a participação do Estado, do mercado e da sociedade civil⁴.

Na promoção e consolidação das identidades regionais, cabe destacar a importância do papel ativo da sociedade civil, como o estímulo que é dado à articulação dos atores sociais, políticos e econômicos na formulação de estratégias de desenvolvimento no Rio Grande do Sul por meio dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento (Coredes). Os Conselhos

4 De acordo com SEPLAG (2010) o Estado deve: assegurar a transparência de ações e combater a corrupção no setor público; ter planejamento e ações de políticas públicas, avaliando diferenças regionais dentro de suas necessidades e competências; estimular as dimensões sociais e culturais a partir de ações coletivas; e promover a formação e a consolidação de identidades regionais, facilitando, assim, a construção de projetos, avaliando

surgiram em 1994 e visam desenvolver projetos específicos para cada região, buscando a integração entre o estado e os municípios com o objetivo de promover o desenvolvimento regional e local, dar condições de qualidade de vida para a população, estimular sua permanência na região e preservar o meio ambiente (Seplag, 2010).

No entanto, para estes projetos fortalecerem o desenvolvimento do estado e de suas diversas regiões, deve haver a articulação de atores sociais e o estímulo à participação das comunidades nas ações de desenvolvimento (Fraga et al., 2011; Krützmann; Massuquetti, 2010a; 2010b). Assim, a consulta popular é relevante na elaboração de planos estratégicos de desenvolvimento nas diferentes regiões do estado, identificando oportunidades e potencialidades locais para a promoção do desenvolvimento (Seplag, 2010).

Neste sentido, entende-se que é possível, a partir de estratégias de desenvolvimento articuladas pelos atores políticos, econômicos e sociais locais, como ocorre no Vale do Caí, promover o desenvolvimento socioeconômico nas esferas regional e local. O turismo rural⁵, caracterizado pela Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, surge como uma dessas estratégias de desenvolvimento.

Em fase de expansão no Brasil e existindo desde a década de 1980⁶, o turismo rural é explicado por duas razões: a necessidade de diversificação da fonte de renda do produtor rural, agregando valor aos seus produtos, e a satisfação dos turistas em reencontrar suas raízes, tradições, costumes e convivência com a natureza; e permitir o contato direto com os consumidores, gerando satisfação e bem estar, através de serviços de hospedagem, alimentação, passeios ecológicos, venda de vários tipos de produtos do segmento agrícola, produtos *in natura*, artesanatos, entre outros (Schneider; Fialho, 2000).

No que se refere à relação entre o turismo rural e o desenvolvimento, segundo Silva (1999), a criação de melhorias em função do turismo, no interior dos municípios, gera o desenvolvimento local, permitindo a ampliação da oferta de produtos e serviços a serem

necessidades básicas exclusivas para cada região e instituindo programas e projetos específicos relacionados ao desenvolvimento.

⁵ O turismo rural teve início na Europa, com a finalidade de combater o êxodo rural. No início, envolveu os países do norte e do centro do continente, depois, dos anos 1970, os países do sul passaram a adotar esta alternativa para o desenvolvimento local e regional. O objetivo era diversificar as atividades econômicas, gerando emprego e renda para as famílias rurais e possibilitando o desenvolvimento sustentável no campo (Leader, 2013).

⁶ No Brasil, as múltiplas concepções associadas ao turismo rural (agroturismo, ecoturismo, turismo no espaço rural, agroecoturismo etc.) devem-se a ausência de um órgão que coordene, apoie, incentive e oficialize o turismo rural como segmento turístico no país. Por outro lado, são admiráveis as ações de instituições de

comercializados. Além disso, os empreendimentos rurais envolvem as famílias das comunidades locais, incorporando mão de obra qualificada. Para Weissbach (2010), o turismo rural suscita oportunidades de negócios para vários setores da economia local, gerando emprego e renda e, conseqüentemente, desenvolvimento. Por outro lado, para Schneider e Fialho (2000)⁷, a questão socioambiental vem sendo um problema nas rotas turísticas, pois as melhorias em pontos turísticos podem provocar danos ambientais às propriedades, como erosão e poluição.

Nos últimos anos, a atividade turística tem adquirido importância econômica e social no meio rural, o que tem demandado a realização de estudos voltados à compreensão de novas relações do homem com o campo. O meio tipicamente agrícola, portanto, torna-se espaço de lazer para visitantes. Percebe-se, então, a interferência do turismo no ambiente em questão, sendo um estímulo a mudanças em diversas esferas (Schneider; Fialho, 2000).

Porto (2009), por exemplo, investigou a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, analisando suas potencialidades gastronômicas e culturais. Os principais resultados do estudo, que teve como metodologia a pesquisa de campo, apontam que a culinária típica da região, a preservação dos costumes e da cultura e a origem alemã dos empreendedores são os maiores potenciais do roteiro turístico de acordo com os entrevistados. Os mesmos ainda relataram que seus principais objetivos são gerar renda para garantir o sustento das famílias e preservar as tradições e a cultura da região.

Em relação às pesquisas desenvolvidas em outros roteiros turísticos do estado, pode-se ressaltar o estudo de Tomazzoni et al. (2012), que analisaram os Caminhos da Colônia, criado em 1995 e localizado nos municípios de Caxias do Sul e de Flores da Cunha, na Serra Gaúcha. A partir de entrevistas realizadas em 21 empreendimentos inseridos nesta roteirização, os autores concluíram que os proprietários estão comprometidos com o sucesso da atividade de turismo rural, investindo em infraestrutura e capacitação. Em relação às dificuldades, os entrevistados relataram que sua extensão (35 km) e a falta de cooperação entre os atores locais são as que mais se destacam. Por fim, os autores complementaram que o roteiro turístico promoveu o desenvolvimento regional e local.

extensão rural e de ensino, associações, entre outros, que contribuem significativamente para agregação de conhecimentos nas atividades que envolvem o turismo rural (Schneider; Fialho, 2000).

⁷ De acordo com Schneider e Fialho (2000, p.46), “o turismo rural pode ter a função de indutor de desenvolvimento e de preservação, pois tem um papel de conservar, manter e valorizar o patrimônio histórico cultural e natural da região onde está sendo explorado, mas, em contrapartida, ele pode trazer transtornos à comunidade através da influência dos turistas, como, por exemplo, os impactos sobre o meio ambiente, o aumento de custos de vida e a descaracterização de determinados traços culturais da sociedade local”.

Fialho (2010), por sua vez, analisou o caso da Rota Colonial de Dois Irmãos, que é um município gaúcho localizado na Encosta da Serra. O roteiro turístico foi uma iniciativa da Prefeitura Municipal, Associação da Rota Colonial, Sindicato dos Trabalhadores Rurais e Emater/RS-Ascar. Como resultados, o autor identificou a geração de empregos e de novos empreendimentos comerciais e o fortalecimento da agricultura familiar, com a agregação de valor aos produtos agrícolas, a valorização da cultura local e o fortalecimento do associativismo. Por fim, afirmou que o turismo rural no município pode ser compreendido como uma estratégia de desenvolvimento sustentável.

Estes estudos permitem constatar que o turismo rural apresenta-se como uma estratégia de desenvolvimento local, articulando os atores locais. Além disso, é importante a preservação cultural e ambiental, aliando a atividade turística à agrícola. A agregação de valor aos produtos, ampliando a renda, resulta na manutenção e na geração de empregos, impulsionando o desenvolvimento.

2.2 OS MUNICÍPIOS DA ROTA SABORES E SABERES DO VALE DO CAÍ

Os municípios investigados neste estudo, Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandí, e que integram a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, localizam-se no Corede Vale do Caí (RS), que é formado por mais 15 municípios⁸, ocupando uma área de 1.854 km² e com 169.580 habitantes (2010) (FEE, 2013a). A Tabela 1 apresenta a representatividade da população rural e da atividade agrícola nos municípios que integram a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí.

Tabela 1: População (rural e total) e VABpb (agrícola e total) de municípios selecionados do Corede Vale do Caí – 2010

Municípios	População Rural	População Total	Participação da População Rural na População Total (%)	VABpb da Agropecuária (R\$ mil)	VABpb Total (R\$ mil)	Participação do VABpb da Agropecuária no VABpb Total (%)
Bom Princípio	2.591	11.789	22	29.374	211.009	14
Harmonia	1.798	4.254	42	20.548	82.980	25
Montenegro	5.786	59.415	10	68.882	1.604.574	4

⁸ O Corede é formado pelos seguintes municípios: Alto Feliz, Barão, Brochier, Bom Princípio, Capela de Santana, Feliz, Harmonia, Linha Nova, Maratá, Montenegro, Pareci Novo, Salvador do Sul, São José do Hortêncio, São José do Sul, São Pedro da Serra, São Sebastião do Caí, São Vendelino, Tupandí, Vale Real.

Tupandi	1.203	3.924	31	26.487	134.369	20
Corede	44.683	169.580	26	410.938	3.431.595	12
Estado	1.593.638	10.693.929	15	19.026.837	219.048.035	9

Fonte: FEE (2013b).

No Corede, a população rural representa 26% da população total, que é superior ao encontrado no estado do Rio Grande do Sul (15%). Dentre os municípios selecionados, destaca-se a representatividade da população rural em Harmonia (42%) e em Tupandi (31%), enquanto Bom Princípio apresenta 22% da sua população localizada no meio rural. O município de Montenegro caracteriza-se por ser mais urbano, já que somente 10% de sua população se encontra no campo. A participação do Valor Adicionado Bruto a preços básicos (VABpb) da Agricultura no VABpb Total é mais significativa nos municípios de Harmonia, Tupandi e Bom Princípio, com 25%, 20% e 14%, respectivamente. Estes valores são superiores aos encontrados no Corede e no estado, que apresentaram 12% e 9%, respectivamente. Estes dados revelam a relevância da atividade agrícola⁹ em três dos quatro municípios que integram a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, indicando que, como destacado por Schneider e Fialho (2000), a atividade turística é entendida como uma iniciativa diferenciada e contemporânea, considerando a necessidade de novas funções do espaço rural.

Além disso, para os autores, há diferentes definições para a atividade de turismo rural, como o deslocamento de pessoas no meio rural, com roteiros programados ou espontâneos por meio de agências de turismo ou não, para lazer, conhecimento das tradições e até degustação e aquisição de produtos comercializados. Ou seja, o turismo rural envolve diferentes segmentos econômicos e é uma alternativa para a geração de trabalho e renda, mesmo em municípios não caracterizados pela atividade agrícola, como Montenegro.

Considerando a evolução do Indicador de Desenvolvimento Socioeconômico (Idese), calculado pela Fundação de Economia e Estatística (FEE), nas dimensões Renda, Educação, Saúde e Saneamento e Domicílio, os municípios selecionados apresentaram alto desenvolvimento nos blocos de Educação e de Saúde, em 2009¹⁰. Na dimensão Renda, apenas o estado (0,813) e o município de Montenegro (0,809) alcançaram índices de alto desenvolvimento, enquanto os demais foram classificados como médio desenvolvimento. Com relação ao índice Educação, todos os municípios selecionados alcançaram índice de alto

⁹ A atividade agropecuária, neste Conselho, está direcionada para a suinocultura e a citricultura. Também há produção de leite, mel, feijão, abacate, milho, aipim, banana, entre outros, os quais são destinados ao consumo próprio ou ao comércio local (Rota, 2013).

¹⁰ A partir do IDESE de 2010, a FEE passou a adotar uma nova metodologia, que não incorpora a dimensão Saneamento e Domicílio. Assim, neste artigo, adotou-se o IDESE de 2009.

desenvolvimento, bem como do estado (0,870) e do Corede (0,872). O menor índice com relação à Educação foi em Tupandi (0,869) e o maior em Montenegro (0,895). O índice Saneamento e Domicílio é o que exige maior atenção, já que Harmonia (0,066), Tupandi (0,066) e Bom Princípio (0,418) possuem níveis de desenvolvimento considerados baixos. O próprio COREDE (0,443) apresenta desenvolvimento baixo nesta dimensão (FEE, 2013c). Como os investimentos no turismo rural, oriundos principalmente do poder público, permitem que as comunidades sejam beneficiadas com melhorias em infraestrutura, como saneamento básico, calçamento, conservação de parques e áreas verdes etc., e geração de trabalho e renda, supõe-se que esta atividade pode promover o desenvolvimento nos municípios do Vale do Caí, melhorando as dimensões Saneamento e Domicílio e Renda.

3. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Nesta seção, são apresentados os procedimentos metodológicos. Primeiramente, são identificados os empreendimentos investigados; num segundo momento, é exposta a técnica de coleta de dados; e, por fim, são descritos como foram analisados os dados obtidos.

Os empreendimentos da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí que integraram este estudo foram: Cooperativa Ecocitrus (Montenegro); Sítio *Steffen* (Montenegro); Casa da Atafona (Montenegro); Horto das Margaridas (Harmonia); *Kleinsberg* (Bom Princípio); Cachaçaria *Harmonie Schnaps* (Harmonia); Agrofloresta do Inacinho (Tupandi); Ecomorango (Bom Princípio); Família *Mossmann* (Bom Princípio)¹¹.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi a entrevista estruturada, constituída por uma série ordenada de perguntas objetivas (Marconi; Lakatos, 2009). A realização das entrevistas finais foi precedida por uma entrevista piloto para avaliar o instrumento, analisando a linguagem, a sequência de perguntas, o tempo gasto, o número de questões e a complexidade das mesmas. Esta entrevista foi realizada com a Presidente da Associação, em 30 de abril de 2013. Em relação à análise do instrumento piloto, segundo Gil (2002, p. 120), “procura-se verificar se todas as perguntas foram respondidas adequadamente, se as respostas dadas não denotam dificuldade no entendimento das questões [...] enfim, tudo o que puder implicar a inadequação do questionário enquanto instrumento de coleta de dados”. Após a análise das respostas, foram necessários apenas ajustes pontuais na redação do texto. Para

uma melhor compreensão da amostra escolhida para a entrevista piloto, vale ressaltar que a Presidente da Associação integra o grupo desde a sua origem e exerce um papel ativo para a divulgação da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí no cenário nacional.

As entrevistas estruturadas foram realizadas com os demais integrantes da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí no período de 04 de maio a 24 de maio de 2013. As perguntas foram respondidas na presença de uma das pesquisadoras e o questionário foi composto por 35 questões, independentes entre si, estruturado em cinco partes para uma melhor análise dos resultados: dados de identificação; caracterização dos empreendimentos; origem, implantação e desenvolvimento do projeto; situação atual; e avaliação da demanda nas propriedades. A partir de tal forma de aplicação, com a presença de uma das pesquisadoras, foram obtidas respostas mais precisas, houve menos risco de incompreensão, pois a pesquisadora pode auxiliar no esclarecimento de dúvidas durante a entrevista.

Os questionários foram avaliados separadamente e a análise organizada de forma sequencial. Para aferir as respostas obtidas, foi utilizada uma técnica quantitativa, cuja intenção foi mensurar os fenômenos, permitindo tratamento dos dados coletados. Além disso, a partir do diálogo com os entrevistados, também foi possível considerar, por meio de métodos de análise de dados qualitativos, sendo a análise de discurso o mais apropriado para a presente pesquisa (Bêni, 2002), a percepção dos mesmos acerca da relevância do roteiro turístico para o desenvolvimento local.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção, são apresentados os resultados da pesquisa. Na primeira subseção, são descritos aspectos relacionados à origem, implantação e desenvolvimento da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí. A segunda subseção caracteriza os empreendimentos e, na terceira, é exposta a situação atual do roteiro turístico. Por fim, na quarta subseção, analisa-se a demanda pela Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí.

4.1 ORIGEM, IMPLANTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA ROTA

A Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí foi fundada, informalmente, por um grupo de amigos e agricultores, em 2005, com apoio das Prefeituras Municipais de Capela de Santana, Montenegro, Harmonia, Tupandi e Bom Princípio. Os membros realizaram cursos e treinamentos, principalmente, na Escola Técnica São João Batista, de Montenegro. A mesma

¹¹ Na época da realização do estudo, apenas um dos empreendimentos não integrou a pesquisa, pois não foi possível agendar a entrevista com o empreendedor durante o período de entrevistas. O motivo foi sua falta de disponibilidade para receber a pesquisadora.

ofereceu um curso em turismo, promovendo visitas em outros roteiros turísticos do mesmo segmento e oferecendo conhecimento em gastronomia típica alemã e confecção de artesanatos (informação verbal)¹².

Os membros criaram a Associação dos Empreendimentos Turísticos da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, em 15 de setembro de 2008, constituindo-se como uma associação jurídica civil sem fins lucrativos e tendo seu registro protocolado pelo Registro Civil de Pessoas Jurídicas da Comarca de Montenegro. A Associação começou a atuar em parceria com a Emater/RS-Ascar e as Prefeituras Municipais, que auxiliaram na sua divulgação e no treinamento dos associados (informação verbal)¹³.

A Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí é formada pelos segmentos de agroindústria, cachaçaria, cervejaria, cooperativa de citros, horto com produtos fitoterápicos e saís e hospedagem com café da manhã. O roteiro turístico proporciona o conhecimento de um Rio Grande do Sul colonial, com paisagens, cenários, palestras, eventos e produtos típicos da região. Na culinária oferecida aos turistas, encontram-se produtos coloniais, como cucas, pães, bolachas, bolos, verduras e frutas colhidas diretamente nas árvores, ervas medicinais, degustação de cachaças, licores, caldo de cana e seus derivados, entre outros. O percurso turístico ainda oferece passeios de carroção e charrete, pesque-pague, área de lazer, trilhas ecológicas e agroflorestal (informação verbal)¹⁴.

A proposta de turismo rural no Vale do Caí, de acordo com os entrevistados, foi uma iniciativa, principalmente, da Emater/RS-Ascar, mas com a participação de outras instituições, como as Prefeituras Municipais e o Sebrae. A Emater/RS-Ascar constatou que a região tinha potencial turístico, podendo oferecer uma boa estrutura para a implantação do turismo rural, considerando as paisagens, a preservação das tradições alemãs e demais atrativos oferecidos, como artesanatos, passeios e conhecimentos específicos em citros e ervas. Na opinião dos entrevistados, esta instituição foi a principal divulgadora do projeto de implantação do turismo rural no Vale do Caí e conseguiu articular os produtores rurais ao roteiro turístico.

¹² Informação coletada em entrevista com o Entrevistado A, concedida à Lisete Teresinha Ludwig Schneider, em Bom Princípio, em 30 de abril de 2013.

¹³ Informação coletada em entrevista com o Entrevistado B, concedida à Lisete Teresinha Ludwig Schneider, em Harmonia, em 4 de maio de 2013.

¹⁴ Informação coletada em entrevista com o Entrevistado A, concedida à Lisete Teresinha Ludwig Schneider, em Bom Princípio, em 30 de abril de 2013.

Como os produtores rurais possuíam um conhecimento mais voltado à atividade agrícola, o apoio, principalmente, das Prefeituras Municipais e da Emater/RS-Ascar também foi fundamental na capacitação dos mesmos na área de gestão. A articulação entre todos os atores, na opinião dos entrevistados, foi fundamental para transformar o turismo rural num projeto de desenvolvimento para os municípios envolvidos na Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí.

De acordo com os associados, “a realização de um sonho” (41%) e o aumento da renda familiar (29%) foram os principais motivos que os levaram a inserir suas propriedades no roteiro turístico. Constatou-se que a grande maioria almejava que sua propriedade fosse visitada por pessoas que apreciassem seus cultivos e conhecimentos e os serviços oferecidos. Os entrevistados apresentam o *savoir-faire*, que marca uma íntima relação com seus antepassados.

Os entrevistados identificaram que a maior dificuldade para permanecerem na Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí é a falta de apoio do poder público e da comunidade (45%). Contudo, como são empreendimentos privados, entende-se que não é possível o apoio financeiro das Prefeituras. Já em relação à comunidade, a falta de apoio caracteriza-se pela percepção dos entrevistados de que a mesma deveria consumir numa maior dimensão os produtos e serviços oferecidos pelos diversos empreendimentos localizados no roteiro turístico. Além disso, os associados informaram que o custo de manutenção do empreendimento (22%), em razão das constantes ampliações e melhorias, e a falta de turistas (22%) também são fatores que dificultam a permanência no roteiro turístico. Observou-se, nas entrevistas, que os associados estão empenhados com o sucesso do roteiro turístico, mantendo-se com seus próprios rendimentos, investindo na estrutura dos empreendimentos e almejando o reconhecimento dos turistas e do poder público, por sua importância socioeconômica local.

Em relação à divulgação da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, os entrevistados afirmaram que os principais meios empregados são a agência de turismo (42%), os clubes de mães, grupos e associações diversas, contato com Ecocitrus, divulgação própria, feiras, jornais, *folders*, folhetos etc. (32%) e a *internet* (26%). Atualmente, as agências são a maior fonte de exposição para o roteiro turístico, entretanto, também se busca divulgá-lo por meio da participação em feiras de turismo pelo Brasil.

Na opinião dos entrevistados, a divulgação mais eficiente é, de fato, realizada pela agência de turismo (50%) e há uma agência conveniada. Atualmente, o público que busca atrativos de lazer para férias ou passeios, normalmente acaba utilizando os meios de contato

com agências pela confiabilidade, motivo pelo qual se entende pelos entrevistados como sendo a forma mais eficiente. A internet também é considerada uma divulgação eficiente na opinião de 29% dos entrevistados, enquanto que a participação em feiras, folhetos e *folders* são considerados como divulgação mais eficiente para 21% dos entrevistados.

Conclui-se, após a explanação da caracterização da origem, implantação e desenvolvimento do roteiro turístico, que a Emater/RS-Ascar contribuiu em vários momentos de sua história, permanecendo até hoje como a maior apoiadora do mesmo.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS

As propriedades envolvidas na Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí são classificadas em dois grupos: até 5 ha (44,5%) e acima de 10 ha (55,5%). O tamanho das propriedades se diferencia pela sua especificação do negócio, sendo que para a citricultura e o agronegócio existe a necessidade de maiores propriedades. Por outro lado, no caso da cachaçaria, artesanato, ervas e produtos coloniais, são observadas propriedades de pequeno porte. As atividades dominantes nestas propriedades são citricultura, agroindústria, tintura de ervas, fabricação de pomadas e xaropes e plantação de ervas medicinais (46,5%), turismo (38,5%) e agricultura (15%). Pelo fato do turismo ainda estar em fase de crescimento e ampliação na maioria das propriedades, as mesmas são obrigadas a ter fontes de rendimentos oriundas de outras atividades para conseguir manter e talvez ampliar o seus negócios.

No que se refere aos tipos de estabelecimentos¹⁵, destacam-se, segundo os entrevistados, a propriedade com comércio de produtos (29%), com alimentação (25%) e o lazer com passeios (12%). Propriedades com hospedagem, com alambique, com agroindústria e outros representaram 8,5% cada das respostas. A diversidade na oferta de opções para os turistas se faz necessária como atrativo, gerando um aumento da satisfação para os mesmos.

Em relação aos atrativos naturais¹⁶, a maior representação foi de produção ecológica de citros, visitaçao do processo produtivo de licores e cachaças, plantação de ervas medicinais, sistema de reaproveitamento de esgoto pelo sistema de leito de raízes, plantação de hortaliças sem agrotóxico (26,5%), seguida por mata nativa (21,5%) e por trilhas/estradas de terra em propriedade com refeição (21%), lagos e rios representaram 10,5% das respostas, enquanto que formações rochosas representaram 10,5%. Os atrativos naturais menos indicados pelos entrevistados foram cachoeiras e corredeiras (5%) e gruta (5%). A diversidade

¹⁵ Alguns entrevistados deram mais de uma resposta.

¹⁶ Alguns entrevistados deram mais de uma resposta.

de atrativos do roteiro turístico é significativa, podendo, assim, agradar a todas as idades. A região do Vale do Caí é rica em atrativos naturais e conhecimento para a composição de produtos coloniais.

Os atrativos turísticos rurais associados, principalmente, à agricultura alternativa, representado por 31%, faz com que se consiga ter um melhor sabor das hortaliças e frutas oferecidas sem adição de insumos químicos ou mecanização, proporcionando bem estar aos visitantes. Os entrevistados também citaram que a agricultura alternativa sustentável, horto de ervas medicinais, plantação ecológica de cana de açúcar (25%), os pomares (19,5%), visita a agroindústrias (12,5%), pesque-pague (6%) e ordenha de vaca (6%), como um atrativo turístico rural associado.

Por fim, os atrativos culturais complementam o roteiro turístico, sendo oferecidos, além da gastronomia típica (39%), hotéis que proporcionam o aconchego e o conforto da mistura do antigo com o moderno. A comercialização dos produtos coloniais (39%), como cucas, pães, geleias, caldo de cana, cachaças, licores, sal temperado, bem como a culinária típica da região, proporcionam a amplitude do bem estar na simplicidade. O café colonial foi indicado como um atrativo turístico cultural para 11% dos entrevistados, enquanto que a produção de artesanato e palestra sobre licores e artesanatos representaram 5,5% cada das respostas dos entrevistados. Alguns dos entrevistados deram mais do que uma resposta.

A Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, portanto, tem o intuito de estabelecer harmonia entre os proprietários e os turistas, oferecendo passeios e atividades de qualidade, resgatando os costumes e tradições e mantendo os valores culturais. Além disso, busca manter jovens trabalhando nas propriedades, com o intuito de proporcionar a eles oportunidades de emprego e renda (informação verbal)¹⁷.

Os entrevistados, no entanto, destacaram que há pouca sinalização de acesso aos empreendimentos (67%) ou não há (11%). Nos casos de identificação, há placas e sinalizações (22%). Todos os entrevistados relataram que a falta de sinalização, tanto municipal como intermunicipal, pode dificultar o acesso dos turistas e mesmo a divulgação dos empreendimentos.

Entre os associados, seis afirmaram que não há pagamento extra pelo visitante e, portanto, apenas três cobram valores entre R\$ 6,00 e R\$ 10,00, pois nestes roteiros há palestras sobre ervas medicinais, citricultura e sistemas agroflorestais, como também trilhas de citros e passeios ecológicos. Os empreendimentos de acesso gratuito são caracterizados por

¹⁷ Informação coletada em entrevista com o Entrevistado A, concedida à Lisete Teresinha Ludwig Schneider, em Bom Princípio, em 30 de abril de 2013.

comércio de produtos coloniais, gastronomia típica, artesanato e hospedagem, tendo, assim, fonte de renda através da comercialização de produtos e serviços.

A motivação para manter o empreendimento, de acordo com os entrevistados, tem razão afetiva, como o contato com as pessoas (70%), ao passo que para 20% a motivação é financeira e 10% a motivação para manter o empreendimento está na prática da produção orgânica. A satisfação de poder “expor aos visitantes o conhecimento específico do negócio” justifica a satisfação do empreendedor, pois na grande maioria observa-se o respeito e a admiração pelo *savoir-faire* e o total domínio do conhecimento necessário para a exposição.

Em relação à participação dos rendimentos do empreendimento na renda familiar, 56% afirmaram que corresponde até 25%, enquanto 33% ressaltam que representa mais de 76% da renda familiar. Por fim, apenas um entrevistado afirmou que equivale entre 26% e 50% da fonte de renda da família. A diferenciação de representatividade na fonte de renda é justificada pelo ramo de atividade.

No que concerne ao grau de satisfação em fazer parte da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, oito entrevistados responderam que representa mais de 76%, enquanto apenas um relatou que sua satisfação encontra-se entre 51% e 75%. Os relatos afirmam que fazer parte deste roteiro turístico é a “realização de um sonho” e que a necessidade de incremento de renda também contribui para o trabalho com o turismo rural.

4.3 SITUAÇÃO ATUAL

No tocante à participação nas reuniões da Associação dos Empreendimentos Turísticos da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, apenas um entrevistado indicou que não tem esta prática. Nas reuniões mensais são discutidos diversos assuntos, como ampliação, melhorias em publicidade, horários de atendimento, divulgação, variedade de propostas, entre outros. Inclusive, a partir do início de 2013, há a participação de um membro do Sebrae em todos os encontros.

Identificou-se, a partir das entrevistas, que 36% afirmaram que não há apoio financeiro¹⁸. As Prefeituras Municipais (27,5%) e o Sebrae (27,5%) são instituições que apoiam financeiramente os associados somente com incentivo para participação em feiras de turismo e agricultura familiar e um entrevistado informou contar com apoio financeiro da Emater/RS-Ascar. Entende-se que seria difícil para as Prefeituras contribuírem com investimentos pelo fato das propriedades serem particulares.

Na opinião dos entrevistados¹⁹, a Emater/RS-Ascar é a instituição que melhor cumpre a tarefa de auxiliar a Associação (80%). A prefeitura e o Sebrae receberam um voto cada na opinião dos entrevistados. Conforme relato, quem sempre colaborou nos projetos, nas reuniões, incentivando para que o sonho se tornasse uma realidade, realmente, foi a Emater/RS-Ascar. Também foi narrado que a mesma dispõe de projetos e pessoas capacitadas para “auxiliar no que for necessário”.

Em relação à avaliação do relacionamento do Sebrae com os proprietários que integram a Associação, a maioria (oito) considera bom, enquanto um entrevistado avaliou como regular. Normalmente, os cursos de aperfeiçoamento oferecidos pelo Sebrae não são gratuitos, conforme indicado por sete entrevistados, no entanto, em alguns municípios participantes houve subsídio da Prefeitura de forma parcial ou integral.

Já o relacionamento com as Prefeituras é considerado bom por quatro entrevistados, enquanto três consideram regular e dois avaliaram como ótimo. O apoio financeiro e técnico das Prefeituras para os empreendedores do roteiro turístico pode alternar entre os municípios, como também pode ser influenciado pela administração daquele momento.

Os principais empecilhos para a expansão²⁰ da Rota são pessoas capacitadas e disponíveis, baixa demanda e falta de atrativos e manutenção do empreendimento, com 27% cada. O investimento inicial aparece como uma barreira em 19% das respostas. Na verdade, nos primeiros anos, o retorno financeiro é reduzido e, neste sentido, não há estímulo para oferta de mão de obra especializada.

A Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí está em fase de expansão, sendo, inclusive, selecionada no projeto de roteiros turísticos da Copa 2014. Assim, há expectativa de ampliação do número de visitantes. Também há um trabalho junto às escolas municipais e estaduais da região, trazendo seus alunos para aprenderem acerca do conhecimento ali existente (Rota, 2013).

4.4 AVALIAÇÃO DA DEMANDA

A Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí proporciona aos seus visitantes várias modalidades de lazer, cultura e conhecimento, o que faz com que seu público seja de idades diversificadas. Do total de turistas, 21,5% compreendem até 16 anos, 43% é representado por um público de 17 a 45 anos e os visitantes da terceira idade, ou seja, mais de 61 anos, representam 21,5%. Por fim, a faixa etária que menos visita os empreendimentos é a de 46 a

¹⁸ Alguns entrevistados deram mais de uma resposta.

¹⁹ Alguns entrevistados deram mais de uma resposta.

²⁰ Alguns entrevistados deram mais de uma resposta.

60 anos, com 14%. Conforme observado durante a pesquisa, esse resultado está associado à oferta de horários (turno diurno) e à disponibilidade de tempo do turista, cujo público é caracterizado, principalmente, por escolas e grupos de idosos.

Em relação à periodicidade das visitas ao roteiro turístico, os entrevistados relataram que 56% dos empreendimentos recebem até 5 visitas por mês e que 22% atendem de 6 a 10 visitas. Há empreendimentos, como a Cachaçaria *Harmonie Schnaps* e a Ecomorango, que recebem mais de 21 visitas mensais em razão da diversidade de produtos ofertados, representando 22%. Ressalta-se que estas visitas são individuais ou coletivas, sendo, no último caso, caracterizada por grupos familiares e excursão.

Quanto ao perfil do turista que mais visita os empreendimentos, observou-se que o roteiro turístico atende a todas as idades, raças e culturas, sendo que 64% dos visitantes são moradores de grandes cidades. Nota-se também que 27% dos turistas são representados por residentes em pequenas cidades e 9% residem em zonas rurais. Os entrevistados afirmaram que as tradições culinárias típicas da região, o mobiliário antigo e o estilo de vida das comunidades rurais são motivos pelos quais os empreendimentos são tão prestigiados por estes turistas.

Conforme pesquisa de campo, constatou-se que 70% dos turistas da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí caracterizam-se pelo público feminino. A grande maioria é formada por este público em razão das visitas de clubes de mães e também pelas atrações que são oferecidas aos visitantes, sendo que normalmente são direcionadas às mulheres, como artesanatos, conhecimentos gerais sobre ervas medicinais, degustação da culinária típica, passeios ecológicos, entre outros.

No que se refere à composição do grupo de visitantes que mais procura os empreendimentos, os dados revelam que 70% dos turistas são grupo de amigos, 20% são familiares e 10% grupos de excursão. No turismo, caracteriza-se a convivência de laços de amizade, fato pelo qual se explica a visita da grande maioria como grupo de amigos, que, neste caso, podem ser classificados principalmente em excursões, clube de mães e também grupos de estudantes.

Quanto ao tipo de transporte, 60% dos visitantes chegam até a Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí por meio de agência de viagem, enquanto 30% utilizam transporte privado e somente 10% dependem do transporte público. O trabalho da agência de viagem é importante

para divulgação do roteiro turístico, em especial, e desta modalidade de turismo, num sentido amplo, que aos poucos está se desenvolvendo e conquistando mercado no estado.

Observou-se que o turismo rural no Vale do Caí é promovido em estabelecimentos que apresentam uma gama de produtos variados e também oferecem lazer. A comercialização desses produtos, geralmente orgânicos, agrega valor para os produtores e é uma alternativa de consumo para os turistas. Além disso, deve-se destacar a importância do turismo rural na região para a valorização do patrimônio ambiental e cultural (informação verbal)²¹. Assim, o turismo rural nos municípios de Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi, por meio da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, revela-se como uma estratégia de desenvolvimento local. O roteiro turístico valoriza os pequenos produtores e proprietários, incentiva a produção em pequena escala, resgata a tradição e reforça os aspectos culturais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, analisou-se a importância socioeconômica do turismo rural, caracterizado pela Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, para o desenvolvimento local dos municípios de Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi. Estes municípios integram o Corede Vale do Caí.

O desenvolvimento local precisa ser compreendido como uma estratégia conjunta entre os atores governamentais e não governamentais, ou seja, uma ação coletiva do território. Os agentes locais buscam novas estratégias socioeconômicas no contexto de suas habilidades e de condições geográficas e financeiras. No Rio Grande do Sul, a articulação de atores sociais e o estímulo à participação das comunidades nas ações de desenvolvimento têm ocorrido com a criação dos Coredes. O turismo rural tem sido uma alternativa para o desenvolvimento local, permitindo, para os produtores rurais, a ampliação da renda ao agregar valor ao produto e, ao mesmo tempo, gerando empregos e renda para os municípios envolvidos nas rotas turísticas.

O turismo rural no Vale do Caí, caracterizado pela Rota Sabores e Saberes, teve origem na iniciativa de produtores rurais da região, em pequenas feiras municipais vinculadas à comercialização de produtos agrícolas e artesanatos. O incentivo ao turismo no Vale do Caí, com destaque para os municípios de Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi, objeto de estudo nesta pesquisa, deu-se pela caracterização da região, com paisagens naturais, por proprietários de empreendimentos dispostos a atuar nesta atividade. O apoio das Prefeituras

²¹ Informação coletada em entrevista com Entrevistada A, concedida à Lisete Teresinha Ludwig Schneider, em Bom Princípio, em 30 de abril de 2013.

Municipais, da Emater/RS-Ascar e do Sebrae foram fundamentais na implantação deste projeto.

Observou-se que para a grande maioria dos associados da Associação dos Empreendimentos Turísticos da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí, além do incremento de renda, é muito relevante a realização do sonho de trabalhar com turistas, compartilhando o conhecimento existente no meio rural. A expansão e a divulgação do roteiro turístico vêm acontecendo, principalmente, pela agência de turismo conveniada e também pela participação em feiras e distribuição de *folders*. A falta de incentivo do poder público revela-se, na opinião dos entrevistados, como o maior empecilho para a permanência neste roteiro.

Em relação à caracterização dos empreendimentos, o roteiro turístico é formado por propriedades de pequeno e de grande porte em razão do tipo de atividade e de serviço que são oferecidos aos turistas, como, por exemplo, citricultura, agronegócio e ervas medicinais, sendo que a grande maioria comercializa produtos e oferece uma culinária típica. Os atrativos naturais e rurais enfocam a produção ecológica de citros, visitaçao do processo produtivo de licores e cachaças, plantaçao de ervas medicinais, sistema de reaproveitamento de esgoto pelo sistema de leito de raízes, plantaçao de hortaliças sem agrotóxico, entre outros. Os atrativos culturais podem ser vistos na hospedagem, que proporciona o aconchego e o conforto da mistura do antigo com o moderno, a culinária típica e a comercializaçao de produtos coloniais, entre outros.

Na situaçao atual do roteiro turístico, constatou-se que ocorrem reuniões mensais entre os associados, com a intençao de projetar melhorias, como ampliações, publicidade, horários de atendimento e propostas para os turistas. O Sebrae é visto como um ofertante de treinamentos, porém não gratuitos. A Emater/RS-Ascar, na opinião dos entrevistados, é a instituiçao que melhor cumpre o papel de apoiar financeiramente os empreendimentos, tendo também, em alguns casos, o apoio das Prefeituras Municipais.

Em relaçao à avaliaçao da demanda, verificou-se um público bastante diversificado, abrangendo todas as idades, em razao da variedade de produtos e serviços ofertados aos turistas, como cultura e lazer. A maioria, no entanto, é formada por mulheres, de grandes cidades e organizada em grupos.

Por fim, observa-se que o turismo rural, por meio da Rota Sabores e Saberes do Vale do Caí e, em especial, dos empreendimentos localizados nos municípios de Bom Princípio, Harmonia, Montenegro e Tupandi, contribui para o desenvolvimento local. Esse projeto

apresenta-se como uma estratégia de desenvolvimento conjunta entre atores governamentais e não governamentais, impactando no desenvolvimento socioeconômico.

REFERÊNCIAS

- ANDREWS, G. *The Slow Food story: politics and pleasure*. London, Pluto Press, 2008.
- BEBER, A. M. C.; MENASCHE, R. Turismo rural e alimentação, identidade e patrimônio: um olhar sobre os Campos de Cima da Serra em tempos de nostalgia. *Revista de Economia Agrícola*, São Paulo, v. 58, n. 1, p. 87-99, jan./jun. 2011.
- BÊRNI, D. A. (org.). *Técnicas de pesquisa em Economia: Transformando Curiosidade em Conhecimento*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BRASIL. Empresa Brasileira de Turismo. *Condições do ecoturismo*. Brasília: EMBRATUR, 2004.
- CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor. In: I CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL. *Anais...* Piracicaba (SP): FEALQ, 1999. p. 9-42.
- CRUZ, F. T.; MENASCHE, R. Do consumo à produção: produtos locais, olhares cruzados. *Revista IDEAS*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 91-114, 2011.
- FIALHO, M. A. V. Turismo rural e o emprego rural não-agrícola: o caso da Rota Colonial de Dois Irmãos (RS). 2010. Disponível em: <www.territoriosdacidadania.gov.br/o/3461816>. Acesso em: 29 nov. 2013.
- FRAGA, W. S.; MASSUQUETTI, A.; FELTRIN, L.O efeito dos gastos sociais municipais nos indicadores de qualidade de vida dos municípios gaúchos: o caso do Corede Metropolitano Delta do Jacuí (Rio Grande do Sul, Brasil). In: WORKSHOP DA APDR, 9., Braga (Portugal). *Anais...* Angra do Heroísmo (Portugal): APDR, 2011.
- FRANCO, A. *Capital social*. Brasília: Ed. Millennium, 2001.
- FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. FEE. *Índice de Desenvolvimento Socioeconômico*. Disponível em: <http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/estatisticas/pg_idese.php?ano=2009>. Acesso em: 19 mar. 2013c.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. FEE. *Resumo Estatístico RS*. Disponível em: <<http://www.fee.tche.br/sitefee/pt/content/resumo/index.php>>. Acesso em: 19 mar. 2013a.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. FEE. *FEEDados*. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/feedados/consulta/sel_modulo_pesquisa.asp>. Acesso em: 29 nov. 2013b.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO PÓLIS. A Comissão de Acompanhamento de Políticas e Programas. 2005. Disponível em : <<http://www.polis.org.br>>. Acesso em: 20 out. 2013.

KRÜTZMANN, V.; MASSUQUETTI, A. Análise do desenvolvimento socioeconômico no sul do Brasil: impacto da reestruturação política, administrativa e fiscal nos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. In: WORKSHOP DA APDR, 5., 2010., Coimbra (Portugal). *Anais...* Angra do Heroísmo (Portugal): APDR: 2010b.

KRÜTZMANN, V.; MASSUQUETTI, A. Desenvolvimento socioeconômico no Consinos – RS (1991-2006). In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ECONOMIA REGIONAL E URBANA, 8., 2010., Juiz de Fora (MG). *Anais...* São Paulo: ABER: 2010a.

LEADER. Para “um meio rural vivo”: um objetivo, seis *ateliers*. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/cork/art04.htm>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa e elaboração, análise e interpretação de dados*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MULS, L. M. *Desenvolvimento local, espaço e território: o conceito de capital social e formação de redes entre organismos e instituições locais*. Niterói, RJ: UFF, 2008.

PORTO, E. M. *Rotas turísticas e gastronômicas: um estudo da Rota Sabores e Saberes da Região do Vale do Caí em relação às potencialidades gastronômicas e culturais*. 2009. Monografia (Curso de Turismo). FEEVALE: Novo Hamburgo, 2009.

ROQUE, A. M. *Turismo no espaço rural: um estudo multicaso nas regiões sul e sudoeste de Minas Gerais*. 2001. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Lavras: Lavras – Minas Gerais, 2001.

ROTA Sabores e Saberes do Vale do Caí. Disponível em: <www.rotasaboresesaberes.tur.br>. Acesso em: 10 ago. 2013.

SCHNEIDER, S; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru: EDUSC, 2000.

SEPLAG. PRÓ-RS IV. *Propostas estratégicas para o desenvolvimento regional do Estado do Rio Grande do Sul 2011-2014*. Porto Alegre: Fórum dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento do Estado do Rio Grande do Sul, 2010.

SILVA, J. G.; CAMPANHOLA, C. *O novo rural brasileiro: uma análise nacional e regional*. Campinas: EMBRAPA/UNICAMP, 2000. 4v.

SILVA, J. G. *O novo rural brasileiro*. Campinas: UNICAMP, Instituto de Economia, 1999.

SILVA, J. G.; BALSADI, O. V.; DEL GROSSI, M. E. O Emprego rural e a mercantilização do espaço agrário. *Revista São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, 11(2) 50-64, abr./jun., 1997.

SILVA, J. G.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M.; FROEHLICH, J. M. (orgs.). *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Santa Maria (RS): Centro Gráfico, 1998. p. 11-47.

SLOW FOOD. *O Manual Slow Food*. Cuneo: Slow Food, 2005. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/novosdireitos/slowfood/manual_slow_food.pdf>. Acesso em: 10 out. 2013.

TOMAZONI, E.L.; BOCK, I.A.; SIMON, S. Caminhos da Colônia: turismo rural na Serra Gaúcha-RS, Brasil. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, 4(II), p. 250-262, abr.-jun., 2012.

VEZZANI, M. A. Turismo rural e responsabilidade ambiental e ecológica no espaço rural brasileiro. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 27-39, 2008.

WEISSBACH, P. R. M. *A relação entre o desenvolvimento local e o turismo no espaço rural*, 2010. Disponível em: <<http://www.unicruz.edu.br>>. Acesso em: 30 nov. 2013.