

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Faculdade de Administração e Turismo
Curso de Bacharelado em Administração



Trabalho de Conclusão de Curso

**ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL NA ROTA TURÍSTICA MORRO DE
AMORES**

Elizabeth Swensson Schmechel

Pelotas
2017

Elizabeth Swensson Schmechel

**ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL NA ROTA TURÍSTICA MORRO DE
AMORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Administração e Turismo da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Rosana Portella Tondolo

Pelotas
2017

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

S111e Schmechel, Elizabeth Swensson

Estratégias de inovação social na rota turística Morro de Amores / Elizabeth Swensson Schmechel ; Rosana Portella Tondolo, orientadora. — Pelotas, 2017.

58 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) — Faculdade de Administração e Turismo, Universidade Federal de Pelotas, 2017.

1. Inovação social. 2. Turismo rural. 3. Desenvolvimento regional. I. Tondolo, Rosana Portella, orient. II. Título.

CDD : 658

Elizabeth Swensson Schmechel

ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL NA ROTA TURÍSTICA MORRO DE AMORES

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, como requisito parcial, para obtenção do grau de Bacharel em Administração, Faculdade de Administração e Turismo, Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 10 de agosto de 2017

Banca examinadora:

.....
Prof. Dr^a. Rosana Portella Tondolo (Orientadora), Doutora em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

.....
Prof. Dr Elvis Silveira Martins (Professor convidado), Doutor em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí.

.....
Prof. Luciana Nunes Ferreira (professora representando a disciplina de monografia), Mestre em Administração pela Universidade de Santa Cruz do Sul.

RESUMO

SCHMECHEL, Elizabeth Swensson. Estratégias de Inovação Social na Rota Turística Morro de Amores. 58f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação de Bacharel em Administração) – Faculdade de Administração e Turismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017.

A inovação social emerge como uma forma de inovação de cunho coletivo, onde se busca desenvolver, aplicar e difundir ideias, através da interação de todos os atores, em prol da construção social de soluções. Frente a essa conjuntura, o presente estudo procurou compreender as estratégias de inovação social presentes na Rota Turística Morro de Amores, localizado no município de Morro Redondo- RS. Nessa perspectiva, foram entrevistados os doze empreendimentos que compõem o roteiro Turístico Morro de Amores, além dos organizadores e apoiadores da Rota. Sendo esses apoiadores e organizadores: Emater, Sebrae, Prefeitura Municipal de Morro Redondo e a Associação Turística de Morro Redondo. Desse modo, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, com entrevista semiestruturada em profundidade, baseada em um estudo de caso. Com o estudo, constatou-se que a Inovação Social é bastante significativa na Rota, uma vez que todos os envolvidos encontram-se muito unidos e participantes de forma coletiva. Dessa maneira, o Roteiro Morro de Amores contribui para o desenvolvimento da região, pois possibilita uma melhor possibilidade de renda a partir do momento em que contribui direta e indiretamente com a comunidade local. Logo, as principais contribuições desse estudo foram: a forma como os atores se relacionam; as peculiaridades da Rota; como se dá o planejamento estratégico; e quais contribuições o roteiro apresenta para o desenvolvimento regional.

Palavras-chave: inovação social; turismo rural; desenvolvimento regional.

ABSTRACT

SCHMECHEL, Elizabeth Swensson. Social Innovation Strategies on the Morro de Amores Tourist Route. 58f. Course Completion Work (Bachelor's Degree in Administration) - Coleje of Administration and Tourism, Federal University of Pelotas, Pelotas, 2017.

Social innovation emerges as a form of collective innovation, where it seeks to develop, apply and diffuse ideas, through the interaction of all actors, for the social construction of solutions. In this context, the present study sought to understand the social innovation strategies present in the Morro de Amores Tourist Route. From this perspective, the twelve enterprises that make up the Morro de Amores, located in Morro Redondo city. Tourist Route were interviewed, as well as the organizers and supporters of the Route. These supporters and organizers are: Emater, Sebrae, Morro Redondo City Hall, and the Morro Redondo Tourist Association. In this way, a qualitative exploratory research was developed, with an in-depth semi-structured interview, based on a case study. With the study, it was found that Social Innovation is quite significant in the Rota, since all involved are very united and participants in a collective way. In this way, the Morro de Amores Route contributes to the development of the region, since it allows a better possibility of income from the moment it contributes directly and indirectly to the local community. Soon, The main contributions of this study were: the way the actors relate; The peculiarities of the Route; How strategic planning happens; And what contributions the roadmap presents for regional development.

Key-words: Social innovation; rural tourism; regional development

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Quadro de definições de Inovação Social encontradas na literatura.....	12
Figura 2: Quadro com objetivos e enfoques de acordo com autores e atores.....	16
Figura 3: Mapa do Roteiro turístico Morro de Amores.....	31

LISTA DE SIGLAS

ADCPRMR – Associação de Desenvolvimento Comunitário de Produtores Rurais de Morro Redondo

ASCAR – Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural

EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

FAO – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IS – Inovações Sociais

ITS – Instituto de Tecnologias Sociais

PET – Placas de Aquecedores Solares

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TS – Tecnologias Sociais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 OBJETIVO GERAL	9
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
1.3 JUSTIFICATIVAS	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 INOVAÇÕES SOCIAIS.....	11
2.2 ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL	19
2.2.1 Turismo Rural como estratégia de Inovação Social	20
2.2.2 Desenvolvimento de Comunidades Rurais	22
3 METODOLOGIA	25
3.1 DESENHO DA PESQUISA	25
3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	26
3.3 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS	28
3.4 OBJETO DE PESQUISA.....	29
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	30
4.1 A ROTA MORRO DE AMORES.....	30
4.1.1 Os Empreendimentos da Rota Turística Morro de Amores	33
4.2 INOVAÇÕES SOCIAIS PRESENTES NA ROTA.....	36
4.3 ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL	40
4.4 CONTRIBUIÇÕES DA INOVAÇÃO SOCIAL.....	44
4.5 DISCUSSÕES.....	46
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
5.1 IMPLICAÇÕES EMPÍRICAS	49
5.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO E PESQUISAS FUTURAS.....	50
REFERÊNCIAS	51
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA - ORGANIZADORES DA ROTA	54
APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA - EMPREENDEDORES DA ROTA ...	56

1 INTRODUÇÃO

Devido ao avanço da tecnologia em ambientes rurais muitas vezes desgastados e ultrapassados, o conceito de inovação surge como uma das formas para que as comunidades alcancem o desenvolvimento. Porém, faz-se necessário apontar que existem diferenças entre inovação tecnológica e inovação social pois, enquanto a primeira encontra-se num campo mais competitivo, a segunda encontra-se num contexto mais coletivo. Desta forma, a Inovação Social (IS) visa solucionar problemas sociais de maneira coletiva de modo que atenda às necessidades sociais de um grupo específico, de uma comunidade ou da sociedade em geral (TONDOLO, 2013).

A busca por desenvolvimento sustentável através da agricultura familiar torna-se cada vez mais relevante, uma vez que possibilita que as famílias permaneçam no campo, minimizando assim o êxodo rural. Como forma de evitar que as pessoas que residem em ambientes rurais sintam-se atraídas pelos locais urbanos devido ao empobrecimento econômico e cultural dessas regiões, seja em busca de estudo ou novas possibilidades de trabalho, surge a ideia de explorar o potencial desses espaços rurais e proporcionar uma integração do urbano com o campo. É preciso buscar formas alternativas de atuação como meio de envolver as pessoas destas comunidades e desafiá-las a desbravar novas e promissoras alternativas de renda, desenvolvendo nesses locais a capacidade de contribuir para o desenvolvimento rural, possibilitando a permanência nestas localidades bem como seu desenvolvimento (SILVA; SOUZA, 2015).

Dessa forma, projetos que tem por objetivo a valorização do campo e visam tornar os ambientes rurais atraentes contribuem para que não haja evasão para áreas urbanas, além de proporcionar o desenvolvimento do local. Na tentativa de

tornar essas áreas atrativas, emergem diversos projetos que buscam promover estes ambientes. Alguns deles englobam projetos voltados à utilização dos recursos já disponibilizados nesses ambientes. Com a ajuda de diversos apoiadores, esses projetos, condizentes com a realidade do campo, possibilitam que as pessoas envolvidas se utilizem dos recursos já existentes nas propriedades, como forma de ampliação de renda e desenvolvimento da comunidade. De maneira inovadora, o turismo rural busca desenvolver esses ambientes a partir do uso e da valorização dos recursos locais e, por conseguinte, manter estas pessoas campesinas no ambiente em que residem, possibilitando perspectivas de crescimento econômico e tornando esses ambientes rurais atrativos e sustentáveis, contemplando não só as pessoas diretamente envolvidas, mas todos os atores do processo de forma direta ou indireta (OLIVEIRA; ZOUAIN, 2011).

Portanto, o presente trabalho apresenta a seguinte questão norteadora de pesquisa:

Como as estratégias de inovação social presentes na “Rota Morro de Amores” contribuem para a região de Morro Redondo – RS?

1.1 OBJETIVO GERAL

Compreender como as estratégias de inovação social presentes na “Rota Turística Morro de Amores” contribuem para a região de Morro Redondo – RS.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar as inovações sociais presentes na Rota Turística Morro de Amores;
- Identificar as estratégias de inovação social utilizadas pelos empreendimentos;
- Verificar as contribuições e benefícios das inovações sociais para a comunidade/região.

1.3 JUSTIFICATIVAS

Essa pesquisa tem por foco aprofundar o entendimento da inovação social através da identificação das estratégias adotadas como meio de desenvolver os ambientes rurais. Esse estudo é relevante pois, de acordo com a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO), faz-se crescente o interesse na experiência brasileira de erradicação da fome e superação da pobreza, especialmente em áreas rurais (BONAJIC, 2016).

Com base nos registros do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de acordo com dados disponibilizados através do último censo realizado no Brasil no ano de 2010 a população brasileira registra um total de 190.732.694 pessoas. Destas, 29.830.007 residem em áreas rurais, representando um percentual de 15,6% da população total do país. Na região sul encontram-se 4.125.995 pessoas, resultando em um índice de 13,8% da população rural do país. Quando levada em consideração apenas a população da região sul, o Rio Grande do Sul apresenta um maior índice comparado aos outros dois estados da região, pois, representa um percentual de 38,6%, enquanto que Santa Catarina representa 24,3% e Paraná 37,1%.

Desse modo, ações que busquem promover esses espaços, desenvolvendo estas comunidades rurais através da inclusão social, são válidas, visto que proporcionam além de geração de renda, fortalecimento da agricultura familiar e desenvolvimento do local. A inovação social, por ser de caráter coletivo, beneficia uma gama maior de pessoas; nesse sentido, estudar estes ambientes também é uma forma de contribuir com esses locais, seja na forma de informação ou como motivador no incentivo ao desenvolvimento de novas pesquisas.

Além da Introdução, este estudo está estruturado em cinco seções adicionais, dentre os quais: Referencial Teórico, no qual se buscou suporte teórico para dar embasamento, fundamentar, dar consistência ao estudo; Metodologia, que informa os aspectos metodológicos utilizados para execução da pesquisa; Resultados e Discussões, onde de acordo com os resultados apresentados trazem-se as discussões pertinentes; Considerações Finais, onde está exposta a contribuição da pesquisa; e Limitações do Estudo de Pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para uma melhor compreensão do presente trabalho, apresenta-se a seguir o referencial teórico que norteou o desenvolvimento deste, o qual se encontra dividido nos tópicos a seguir.

2.1 INOVAÇÕES SOCIAIS

Inovar, por questões econômicas e competitivas, sempre foi o principal objetivo das empresas. Porém, com o passar dos tempos e diante dos impactos em decorrência desse processo, que preza por ganhos individualizados, torna-se constante a busca por soluções que partam de um cunho mais social ou coletivo. Desse modo, em uma perspectiva de inovar de maneira mais social, procura-se minimizar os impactos ambientais e sociais ao mesmo tempo em que se conciliam ganhos econômicos, sociais e ambientais (OLIVEIRA; SILVA, 2012).

A inovação começou a ser abordada através de um pensamento *schumpeteriano*, e era apresentada relacionada a um conceito mais tecnológico, isto é, ao ganho econômico e à geração de lucro. No entanto, com o passar dos anos, percebe-se uma ampliação neste conceito que acaba por modificar seu significado pois, embora a passos lentos, dele emerge um pensamento de inovação num caráter mais social, o qual busca beneficiar as pessoas antes de qualquer outra coisa (BIGNETTI, 2011).

Oliveira e Silva (2012) ressaltam que essas iniciativas de cunho mais coletivo introduzem um novo conceito de inovação, a “inovação social”, e essa por sua vez deixa evidente que é possível, mediante a abundância de recursos, a inserção produtiva além da agregação de novos valores, proporcionando inclusão social, além de desenvolvimento social e econômico. Desse modo, já que nem o Estado nem as empresas privadas oferecem soluções às necessidades dessas pessoas e

comunidades, no médio prazo, assuntos relacionados às atividades de produção, prestação de produtos, crédito, comercialização ou de consumo, emergem como alternativas encontradas pelos trabalhadores e produtores, autônomos ou familiares, através do enfrentamento coletivo de problemas sociais e ambientais (OLIVEIRA; SILVA, 2012).

Silva e Bignetti (2012) defendem que a inovação social tem se disseminado de forma acelerada, visto que não apenas o termo inovação adquiriu novas dimensões, mas sua forma de desenvolvimento e sua aplicação ultrapassaram as fronteiras das empresas e até das nações.

Contudo, embora tenha se expandido o conceito de inovação, visto que o mesmo abrange inovações organizacionais e de mercado, este ainda se apresenta de forma massiva quando relacionado a estudos acadêmicos, muito atrelados e relacionados à tradicional inovação tecnológica, ou seja, de produtos e processos (BIGNETTI, 2011).

Esse fato pode estar relacionado à forma como a inovação social se apresenta, pois esta, por ser um conceito novo precisa estar associada a teorias mais consistentes, como Teorias Institucionais, Estratégicas, Comportamentais, dentre outras, para que consiga ter um embasamento mais sólido.

Diante dessa perspectiva, vale ressaltar que:

A revisão da literatura mostra que a definição de inovação social faz referência a processos, serviços e produtos que visam a satisfação de necessidades sociais através de conhecimentos e tecnologias geradoras de soluções novas e duradouras para grupos, comunidades ou para a sociedade em geral. A inovação social assume um compromisso com a redução das desigualdades e com a melhoria da qualidade de vida através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos; em sua essência é um fenômeno inter e transdisciplinar, já que os processos e práticas de atores inovadores tendem a ultrapassar as fronteiras entre as disciplinas científicas e marcos regulatórios das estruturas governamentais. “Novas soluções” e “criação de valor social” são termos que estão no cerne de qualquer definição de inovação social (FERRARINI, 2011, p.1).

Como decorrência, quando se fala em inovação logo se pensa em algo novo, relacionado à tecnologia; no entanto, não necessariamente precisa ser uma coisa nova, pois pode derivar da ampliação de uma inovação já existente. Da mesma maneira, nem sempre precisa ter relação com o tecnológico, pois a inovação pode encontrar-se dividida em inovação tecnológica e inovação social.

Autor	Definições de IS
Cloutier (2003)	Uma resposta nova, com efeito duradouro, para uma situação social considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades.
Standford Social Innovation Review (2003)	O processo de inventar, garantir apoio e implantar novas soluções para problemas e necessidades sociais.
Novy; Leubolt (2005)	Deriva principalmente de: satisfação de necessidades humanas básicas; aumento de participação política de grupos marginalizados; aumento na capacidade sociopolítica e no acesso a recursos necessários para reforçar direitos que conduzam à satisfação das necessidades humanas e à participação.
Rodrigues (2006)	Mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrentes de abordagens, práticas e intervenções.
Moulaert <i>et al.</i> (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento, focada na satisfação de necessidades humanas (e <i>empowerment</i>) através da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária.
Mulgan <i>et al.</i> (2007)	Novas ideias que funcionam no âmbito da satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos propósitos primários são sociais.
Phills <i>et al.</i> (2008)	O propósito de buscar uma nova solução para um problema social que seja mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes e para a qual o valor criado atinja principalmente a sociedade como um todo e não indivíduos em particular.
Murray <i>et al.</i> (2010)	Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. São inovações consideradas boas para a sociedade enquanto aumentam a capacidade de ação da sociedade.
Ferrarini (2011)	Processo e resultado são elementos fundamentais para que a inovação não se restrinja a situações específicas por tempo limitado, visto que a ação coletiva possibilita a transformação dos sujeitos ao transformar a realidade em que vivem.
Bignetti (2011)	Resultado do conhecimento aplicado às necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, possibilitando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral.
Tondolo (2013)	Tem, por princípio básico, o atendimento das mais variadas necessidades sociais, estando relacionada a questões ligadas à saúde, educação, moradia, lazer, turismo, emprego e renda.

Figura 1: Quadro de definições de Inovação Social (IS) encontradas na literatura.

Fonte: Adaptado de Bignetti (2011)

De acordo com Rodrigues (2007), a inovação social não se relaciona a outros fatores, podendo emergir de uma atitude impetuosa, ligada à percepção de uma situação social insatisfatória. Dessa maneira o autor defende que:

- (i) inovações sociais podem ocorrer intencionalmente ou emergir de um processo de mudança social sem planejamento prévio;
- (ii) inovações sociais podem ocorrer em três níveis: indivíduos, organizações e instituições;
- (iii) são indicadores de inovação social em indivíduos práticas relevantes para desenvolvimento de autonomia, corresponsabilidade, participação de populações excluídas e aumento da qualidade de vida;
- (iv) são indicadores

de inovação social nas organizações, estruturas organizacionais e de governança que promovam formas de divisão e coordenação do trabalho democráticas e que favoreçam aprendizagem e autonomia; (v) são indicadores de inovação social nas instituições mudanças nos ambientes legal, político, social e econômico que favoreçam a universalização de direitos, o surgimento de legislações, as quais promovam inclusão social e defesa de minorias (RODRIGUES, 2007, p.125).

A inovação social pode ser definida como o resultado de um conhecimento aplicado conforme as necessidades sociais dos indivíduos. Desse modo, o processo se dá através da participação e da cooperação de todos os envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para os grupos sociais, comunidades ou ainda para a sociedade em geral. O termo inovação social vem sendo empregado em algumas áreas de conhecimento das Ciências Sociais com a intenção de fazer referência a essas novas mudanças sociais que primam pela busca social, visando satisfazer as necessidades humanas (SILVA; BIGNETTI, 2012).

Essas necessidades, na maioria das vezes, não se encontram supridas pelos atuais sistemas públicos ou privados. Deve-se ressaltar ainda que a inovação social é desenvolvida por indivíduos da sociedade civil, e que pode ser de forma autônoma ou com a ajuda de atores do poder público. Quando públicos podem ser classificados como grupos comunitários, movimentos sociais ou empreendedores sociais onde, através do seu vínculo local, o objetivo de adentrar barreiras e atingir aos objetivos é atingido mais facilmente, o que muitas vezes não pode ser atingido por arranjos institucionais. Desta forma, a inovação social pode contribuir de maneira sustentável pois possibilita geração de renda, desenvolvimento de novos mercados, além de ser forte aliada na inclusão social e no desenvolvimento destas regiões (SILVA; BIGNETTI, 2012).

No entanto, quando se fala em inovação social, existe certa dificuldade em diferenciar inovação tecnológica e inovação social. A diferença consiste em destacar que a inovação tecnológica apresenta como característica o ambiente competitivo, de caráter individual, que prima pela competitividade, através da busca por vantagens competitivas e tem por objetivos o sigilo e o lucro econômico. Já a inovação social apresenta como característica principal desenvolver uma solução que possa ser usada de forma coletiva, ou seja, uma solução que resolva um problema social e possa ser disponibilizada a outras comunidades e regiões, conquistando assim *status* de domínio público, resultando em melhorias para

problemas sociais, e direcionada a atingir um maior número de pessoas e não apenas uma pessoa como é o caso da inovação tecnológica (TONDOLO, 2013).

Para Oliveira e Silva (2012) o conceito de inovação social remete a uma preocupação com a melhoria das condições de vida e com a geração de oportunidades. Desse modo, a inovação social surge de um desejo ou de uma necessidade que não se encontram atendidos na sociedade e se refletem principalmente nos países em desenvolvimento. Dessa forma, através do enfrentamento coletivo dos problemas sociais e ambientais, esse tipo de inovação apresenta-se como uma alternativa encontrada nas áreas urbanas e rurais, de maneira a viabilizar atividades de produção, de prestação de serviços, de crédito, de comercialização e de consumo. Assim, através de iniciativas inovadoras, os empreendedores e demais atores envolvidos nesse processo social percebem essas oportunidades e transformam-nas de modo a beneficiar a comunidade, além de promover o desenvolvimento social e econômico dessas regiões muitas vezes carentes de recursos e oportunidades.

De acordo com Hulgard e Ferrarini (2010), a inovação social pode ser relacionada à criação de valor e mudança social, pois se apresenta de forma participativa e integrada, assim envolvendo as pessoas no processo de forma mais consciente dos seus espaços e reconhecendo sua importância como agentes na elaboração, implementação e prestação do serviço de bem-estar público. Dessa maneira, a inovação é aceita tanto na perspectiva de resultado (como finalidade social) ou no processo de inovação aberta (parte do princípio de que nem todos os componentes para uma inovação são originados de fontes internas da organização).

Schutz *et al.* (2017) compreendem por inovação social um novo modo de solucionar um problema de cunho social, devendo essa apresentar-se de forma criativa, sendo efetiva e ao mesmo tempo eficiente, devendo mostrar-se sustentável ou justa. Assim, a inovação social aparece como resposta a questões sociais urgentes, as quais podem se apresentar não apenas como produto ou serviço, mas também podem surgir como um novo processo ou uma nova metodologia. Logo, espera-se que essa inovação seja executada de forma transparente e tenha apoio e parcerias de forma a gerar valor e benefício para a sociedade, principalmente atingindo as pessoas mais carentes, onde através desses atores e parceiros engajados sejam atingidos objetivos como resolução de problemas e inclusão social.

Identificar a inovação social na sociedade, segundo Ferrarini (2011), torna-se possível através de três fenômenos: tecnologias sociais, empreendedorismo social e desenvolvimento local. Quando a inovação social é promovida por meio de tecnologias sociais torna-se possível articular uma ampla rede de atores sociais. Porém, para que isso aconteça, a inovação social precisa ser estruturada em modelos flexíveis que permitam sua reaplicação em diferentes contextos, possibilitando assim o desafio da adaptação e da mudança, permitindo que se instale o espírito inovador.

As Tecnologias Sociais compreendem produtos, técnicas ou metodologias reaplicáveis, que constam como soluções de problemas sociais e que tem por base a transformação efetiva e social na comunidade. Como exemplo vale ressaltar a Fundação Banco do Brasil que, juntamente com o ITS-Brasil, buscam promover as tecnologias sociais em caráter nacional. A Fundação Banco do Brasil dissemina tecnologias sociais desde 2001 através da realização anual do concurso de Tecnologias Sociais (TS). O concurso busca submeter e analisar, dentre as várias tecnologias recebidas, as finalistas de cada área de atuação e após esse processo divulgar as vencedoras. As tecnologias finalistas e, conseqüentemente, as vencedoras compõem o banco de tecnologias sociais, tornando-se assim disponíveis e acessíveis a todas as pessoas que buscam por essas tecnologias ou que possam, de alguma forma, obter seus benefícios (TONDOLO, 2013).

Cabe ainda ressaltar que certas tecnologias sociais são antigas conhecidas, porém muitas vezes não são classificadas como tal. Dentre elas podemos destacar: o soro caseiro, que combate a desidratação e reduz a mortalidade infantil; as cisternas de placas pré-moldadas, que atenuam os problemas de acesso à água de boa qualidade à população do semiárido; as placas de aquecedores solares denominadas “PET”, que possibilitam acesso de água aquecida à população; as fossas sépticas biodigestoras, que são um sistema de tratamento de uso doméstico voltado aos dejetos humanos na zona rural; as “barraginhas” que são construções de mini barramentos distribuídos nas lavouras e nas pastagens das propriedades rurais, que visam recuperar áreas atingidas pelas enxurradas (TONDOLO, 2013).

Com base em Ferrarini (2011), a inovação social já despertou interesse a partir da década de 60, fundamentando-se na mudança social. No entanto, em tempos mais remotos, essa ideia passou a ser ampliada no conceito de tecnologias sociais, justificando-se a partir da intervenção da ciência e da tecnologia como forma

de resolver problemas de cunho social, buscando incorporar a participação dos sujeitos envolvidos.

No que se refere a empreendedor social, pode-se dizer que para ser considerado como tal, este precisa apresentar soluções inovadoras para os problemas sociais da sociedade. Dessa forma, o empreendedor deve acelerar o processo de mudança e, além disso, servir de inspiração a outros, de forma a motivar outros atores a se engajarem no processo. No entanto, o principal desafio do empreendedor social encontra-se no fato de tornar seu empreendimento em um negócio que seja lucrativo e ao mesmo tempo traga desenvolvimento para a sociedade. Desse modo, é possível oferecer produtos e serviços por meio dessas ações do empreendedorismo social a comunidades que antes não tinham acesso ao mercado. Logo, o empreendedor social contribui para a economia, pois possibilita a fomentação de novos mercados além de atender à população em seus anseios. Esses anseios não devem ser somente relacionados ao consumo, mas também às necessidades básicas muitas vezes não disponibilizadas para a população marginalizada possibilitando, assim, serviços essenciais como: saúde, educação, moradia, lazer, entre outros. Desse modo, essas ações são altamente impactantes pois refletem em uma melhor qualidade de vida para essas pessoas, proporcionando um maior nível de bem estar a esses indivíduos (TONDOLO, 2013).

Para Paiva Jr. e Guerra (2010), o empreendedor deve estar relacionado a uma concepção mais multidisciplinar do fenômeno, devendo considerar um contexto mais social e histórico, ou seja, o empreendedor precisa ser integrador entre o público e o privado, de modo a construir uma cidadania mais colaborativa, para que não haja uma exploração predatória dos recursos naturais. Ao mesmo tempo deve buscar por ações que focadas em prol dos mais empobrecidos, fugindo um pouco do mundo dos negócios e adentrando mais em práticas sociais, econômicas e históricas possibilitando, assim, o desenvolvimento social.

Nessa perspectiva, a visão de alguns autores quanto a: objetivos; atores; e enfoques da Inovação social, conforme quadro a seguir:

Autores	Objetivos	Atores de IS	Enfoque da IS
Dadoy, (1998)	Bem estar melhorado, maior produtividade e rentabilidade.	Organizações	Mudanças sociais dentro das organizações.

Mumford, (2002); Marcy; Mumford, (2007)	Alcançar objetivos comuns.	Indivíduos	Novas ideias para atividades interpessoais.
Phills Jr.; Deiglmeier; Miller, (2008)	Qualidade de vida das populações.	Empresas	Empresas promovem soluções sociais.
Mulgan <i>et al.</i> (2008); Mulgan, (2006)	Melhorias na qualidade de vida.	Organizações sociais	Serviços e atividades para as necessidades sociais.
Moulaert <i>et al.</i> ,(2005)	Desenvolvimento territorial.	Governo e/ou outros atores	Desenvolvimento de inovações para a satisfação humana.
George, McGahan; Prabhu, (2012)	Bem estar social e econômico das pessoas marginalizadas.	Empresas, Organizações e Comunidades	Novas ideias para a criação de oportunidades.
Crises,(2012)	Mudanças nas relações sociais, para transformar uma estrutura ou propor novas orientações culturais	Atores ou organizações (públicas, privadas, sociais)	Processo iniciado por atores em resposta a uma aspiração humana e às necessidades sociais.
Neumeier, (2012)	Mudanças de atitudes, comportamentos ou percepções de um grupo de pessoas.	Coletividade (grupos, redes)	Processo de ação colaborativa entre os indivíduos.

Figura 2 – Quadro com objetivos e enfoques de acordo com autores e atores.

Fonte: Adaptado de Mauer; Silva (2014).

De acordo com Franzoni e Silva (2016), a inovação social é formada por diversos estágios, que vão desde a sua concepção até sua execução, sempre dependendo do contexto social em que é inserida porém focada em um objetivo específico: a solução de uma demanda social. Dessa forma, a inovação social pode ser entendida como uma solução aos problemas que não podem ser resolvidos por intermédio da lógica atual, como a escassez de recursos e problemas socioambientais.

Para Ferrarini (2011), vários debates acerca do conceito de inovação social levam a uma busca por conceitua-la como uma forma de resultado ou de processo. O autor ressalta a existência de uma maior tendência em focalizar os resultados em detrimento do processo, ou seja, na forma como a inovação social é produzida. Diante dessa perspectiva de focar apenas nos resultados, apenas as inovações de cima para baixo acabam sendo tidas por “inovadoras”. No entanto, para que a inovação não se restrinja a mudanças específicas e por tempo limitado, processo e resultado precisam ser articulados de forma que a transformação de contextos e

sujeitos através da ação coletiva possibilite que os sujeitos se transformem ao transformar a realidade em que vivem.

A inovação social pode ser compreendida como uma importante via de processo para a evolução da sociedade e a busca de alternativas sustentáveis para o bem-estar da coletividade. Logo, a inovação social torna-se uma alternativa para diminuir as diferenças sociais, podendo gerar desenvolvimento local visto que tem viés na construção coletiva (AGOSTINI; SILVA; LANGOSKI, 2015).

2.2 ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL

De acordo com Sampaio, Fortunato e Bastos (2011), deve-se atentar para a relação entre a estratégia formulada ou formada e a estratégia realizada. Deve-se ficar atento para não cair em armadilhas no campo da estratégia, pois para que essa sirva de aprendizado para decisões futuras é preciso que se compreenda o passado e, além disso, comparar o que foi pretendido com o que foi realizado. Já a estratégia como prática social considera outras práticas provenientes da maneira de pensar, sentir e agir. Logo, como forma de apoio as investigações da estratégia como prática social, na avaliação dessas, devem-se ser considerados os indivíduos como um complexo de experiências adquiridas nos sistemas coletivos nos quais realizam suas atividades no dia a dia.

Para Breitenbach (2014), as estratégias de desenvolvimento que tem por características e implicações levar em conta atores locais que buscam simultaneamente suprir novas estruturas de oportunidades resultantes de processos gerados em âmbito local, resultam em uma forma de gestão rural que pode ser interpretada como uma ferramenta facilitadora para o desenvolvimento.

Devido a mudanças organizacionais algumas empresas, que antes agiam sozinhas, passaram a estabelecer parcerias com outras organizações de diferentes segmentos e com diferentes interesses e realidades. Partindo desse pressuposto, as estratégias individuais e coletivas precisam estar alinhadas para que seja formada uma unidade de ação e, desse modo, possam promover o desenvolvimento do turismo na região (SILVA; ROSING; LANGOSKI, 2016).

Dessa forma, algumas estratégias de inovação social podem ser destacadas, dentre as quais o empreendedorismo social e o turismo rural, os quais fomentam o desenvolvimento local/regional.

2.2.1 Turismo Rural como estratégia de Inovação Social

Para Macke, Biasuz e Bortolozzo (2010), estratégias que valorizam o turismo cada vez mais têm sido utilizadas tanto em países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento, pois buscam desenvolvimento local sustentável além de minimizar desigualdades sociais e regionais.

Com base na diversidade climática, predomínio do sol e abundância de água doce na região sul do Rio Grande do Sul, estes fatores quando usados de forma estratégica possibilitam o desenvolvimento de um conjunto de atividades nas propriedades rurais além da agricultura propriamente dita. Dentre elas, vale destacar o turismo rural (OLIVEIRA; ZOUAIN, 2011).

De acordo com Silva e Souza (2015) o turismo rural promove a dinâmica econômica local, pois age através de fontes de renda não agrícolas, proporcionando a geração de empregos diretos e indiretos, fomentando assim o comércio local através da promoção e do resgate dos costumes, do modo de produção e do patrimônio cultural dessas regiões. Dessa forma, o turismo desencadeia um processo de valorização do meio e dos atores locais envolvidos.

Oliveira e Zouain (2011) defendem que atividades como o turismo rural proporcionam ao agricultor familiar um aumento em seus rendimentos, visto que as atividades ligadas à hospedagem, alimentação, cultura e ao lazer podem ser geradoras de receita. Sendo assim, o agricultor pode comercializar seus produtos diretamente, não dependendo de atravessador, ao mesmo tempo em que proporciona aos visitantes momentos únicos de interação.

Desse modo, as pessoas que detêm posse dessa cultura local podem usar de seu conhecimento para melhor vender seus produtos visto que, ao se apropriar dos produtos turísticos, os camponeses valorizam seus modos de vida, além de preservar e conservar suas fontes de recursos naturais. Assim, reconhecer essas áreas para que não haja a perda dessas raízes faz-se necessário para esses cidadãos da terra, uma vez que os ambientes rurais contribuem de forma efetiva para a economia do

país. Além de contribuírem economicamente para a região, essas pessoas contribuem no resgate à dignidade daqueles que vivem do trabalho da terra, pois é desses ambientes que tiram o sustento e o orgulho para viverem (OLIVEIRA; ZOUAIN, 2011).

Segundo Duarte, Salamoni e Costa (2011), o turismo no espaço rural quando usado estrategicamente tende a desenvolver a economia, além de divulgar a cultura e os costumes da região, promovendo assim a interação social e a permanência dessas pessoas em suas áreas campesinas.

Para Silva e Souza (2015) o turismo rural aproxima diferentes gerações ao mesmo tempo em que apresenta uma troca de conhecimento entre os indivíduos das áreas urbanas com os das áreas rurais. Esse aumento de circulação gerado pelos visitantes em prol do processo turístico no meio rural impacta na forma de pensar dessas pessoas, pois dessa forma os membros da comunidade rural reconhecem e aceitam essa prática como método de promoção de mudanças na comunidade proporcionando, assim, fatores como o desenvolvimento social e o econômico.

Dessa mesma maneira, esses recursos podem ser usados estrategicamente como mais uma opção de renda, ou como forma compensadora em momentos de perdas e quedas de produção agrícola, ocasionadas pelas intempéries naturais. Assim sendo, o turismo rural apresenta-se como uma forma de fortalecer a agricultura familiar, apresentando-se como mais uma opção de renda para essas famílias. Desse modo, ajuda a compensar as perdas e quedas da produção agrícola, uma vez que a atividade turística na agricultura familiar tem como prioridade a valorização do homem do campo e o resgate de sua cultura.

Dessa forma, nota-se a atividade turística em áreas rurais como uma valorização do homem do campo junto à sua cultura e mesmo assim cuidando da preservação ambiental e do resgate das raízes rurais brasileiras. Dessa maneira, o modo de integração do campo com a cidade faz aumentar a consciência ambiental tanto dos que vivem em ambientes rurais como daqueles que participam desses projetos turísticos, pois constroem um relacionamento de respeito entre o homem e a natureza ao mesmo tempo em que constroem uma maior interação entre as cidades e o campo. Logo, como reflexo dessa sinergia, emerge um efeito distributivo de renda, pois ao mesmo tempo em que a renda deixada pela capital urbano irriga os ambientes rurais ajudando a desacelerar os êxitos rurais, visto que esse

possibilita mais posto de trabalho, as pessoas das áreas urbanas tomam essas experiências por lazer e aprendizado (OLIVEIRA; ZOUAIN, 2011).

2.2.2 Desenvolvimento de Comunidades Rurais

A capacidade de inovar não significa um somatório de técnicas e produtos disponíveis no mercado, mas sim a capacidade de uma sociedade nas relações com seus agentes, movimentos, organizações e instituições. Nesse sentido, faz-se necessário buscar novas formas de inovar e promover essas regiões, muitas vezes carentes de recursos. Desta forma, o processo de interação leva conhecimento e habilidades, desenvolvendo o capital social dos membros da comunidade de um modo integrado e contribuindo com o desenvolvimento local (ALBAGLI; MACIEL, 2002).

O desenvolvimento local não está relacionado diretamente ao crescimento econômico, visto que se encontra atrelado a fatores sociais, culturais e políticos, não estando apenas relacionado exclusivamente ao sistema de mercado. Desse modo, o desenvolvimento local é um processo orgânico, pois não segue um padrão e envolve comportamentos e valores locais (MACKE; BIASUZ; BORTOLOZZO, 2010).

Para Albagli e Maciel (2004), cada local ou região dispõe de diferentes combinações de características e bens coletivos, e essas características podem ser expressas tanto em relações de competição e conflito quanto em relações de confiança e parceria. Os autores ressaltam ainda que, 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. Dessa forma, esse conhecimento coletivo não corresponde simplesmente à soma de conhecimentos de indivíduos e organizações, mas resulta das sinergias geradas a partir dos vários tipos de interação.

De acordo com Duarte, Salamoni e Costa (2011), perante as novas dinâmicas do espaço rural, esse não pode mais ser encarado somente como sinônimo de produção de alimentos e matérias primas para a indústria, devido às suas singularidades sociais, econômicas, culturais e ecológicas. Surge então o conceito

de multifuncionalidade nesses ambientes rurais, proporcionando a valorização dos modos de vida, permitindo ampliação nas alternativas de geração de renda.

Segundo, Bonajic (2016), a expansão de tecnologia modernizante esteve associada ao avanço das desigualdades nas áreas rurais, levando muitos agricultores e agricultoras familiares ao abandono das suas atividades agrícolas, com fortes perdas econômicas e sociais.

Vale ressaltar que:

A Organização das Nações Unidas (ONU) declarou 2014 como o Ano Internacional da Agricultura Familiar (AIAF). Uma decisão que reflete o crescente reconhecimento da importância desse setor para garantir a segurança alimentar e nutricional, promover a superação da fome e da pobreza e contribuir para o desenvolvimento sustentável das nações (BONAJIC, 2016, p.35).

Observa-se que a educação de crianças e jovens quanto à produção de alimentos está diretamente ligada à valorização da agricultura e do modo de vida rural, e estas por sua vez estão vinculadas, muitas vezes, à interpretação que os proprietários rurais fazem a respeito da agricultura (SILVA; SOUZA, 2015). Seguindo nessa mesma ideia, frente a uma nova conjuntura de transformações, recorrentes de um processo de revalorização do rural, através da multifuncionalidade das atividades, busca-se desenvolver essas regiões a partir do uso e da valorização dos recursos locais.

Para Schwantes, Basso e Lima (2011), atividades desenvolvidas nas áreas rurais como a agricultura familiar não podem ser confundidas com atraso ou pobreza pois, apesar das principais inovações tecnológicas não serem condizentes nem compatíveis com as propriedades rurais em nível familiar, essas se mostram produtoras com bons resultados quanto à utilização da terra e do crédito. Dessa maneira, essas propriedades consideradas pequenas contribuem tanto para a segurança alimentar quanto para o desenvolvimento, seja esse em âmbito nacional ou apenas local.

A busca por transformações através de recursos inovadores possibilita novas oportunidades. Desse modo, os recursos disponíveis devem ser usados de forma a agregar valor e fortalecer o desenvolvimento dessas comunidades. Sendo assim, emerge o agente de transformação, o qual transformará a realidade socioeconômica

através do uso de tecnologias disponíveis nesses ambientes rurais de forma a atender às necessidades e pressões do ambiente. Logo, a agricultor familiar entra como fator determinante, onde a inovação é tida como uma cultura de novas combinações e recursos disponíveis. Haja visto que, para essas pessoas camponesas, o simples fato de extrair o leite da vaca e transformá-lo em queijo já significa uma inovação, fato esse que o torna diferente do empreendedor urbano, que percebe a transformação do leite em queijo como um processo industrial comum. Logo, para o agricultor rural esse processo é de suma importância, pois vai agregar valor ao produto além de propiciar mão de obra local; já para as áreas urbanas esse processo não se enquadra como um processo inovador e sim como mais um processo industrial (TOMEI; SOUZA, 2014).

Frente a esses novos desafios, onde já não se pode pensar em áreas rurais apenas como destinadas à produção de alimentos, as pessoas desses ambientes precisam buscar uma abordagem mais multifuncional, ao mesmo tempo em que buscam o desenvolvimento desses locais. Diante dessa nova forma de pensar o rural está a busca pelo sustentável, pela preservação ambiental e por inclusão social. Como decorrência emergem novos desafios e possibilidades de desenvolver essas áreas (SILVA; SOUZA, 2015).

A concepção de desenvolvimento aceita por Breitenbach (2014) considera os aspectos econômicos, sociais e ambientais. Logo, a gestão rural pode e deve contribuir nesses aspectos e essa forma de contribuição pode ser direta ou indireta. O que vai definir é que quando indireta, muitas vezes não é óbvia, mas ainda é um instrumento essencial para auxiliar nesse processo.

Dessa forma, a inovação social torna-se importante para o desenvolvimento local, pois se apresenta de forma a desenvolver esses ambientes de maneira coletiva e não em prol apenas uma ou outra pessoa (BIGNETTI, 2011).

3 METODOLOGIA

Quanto à metodologia, de acordo com Lakatos e Marconi (2012), pode-se afirmar ser essa a parte que abrange o maior número de itens por ser através dela que em um só tempo são respondidas todas as questões referentes à pesquisa, desde o modo como foi elaborada até o modo como foi desenvolvida.

3.1 DESENHO DA PESQUISA

De acordo com Lakatos e Marconi (1991), a pesquisa trata de um procedimento formal, que utiliza como método o pensamento reflexivo. No entanto, requer um tratamento científico, no qual este se constitui como caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais. Desse modo, através da pesquisa, amplia-se o estudo de fatos já estudados, ou ainda, podem ser revelados outros a partir de dados novos.

Esse estudo tem por característica seu caráter qualitativo. Com base em Trivínos (1987), a pesquisa qualitativa apresenta um caráter descritivo, que permite estabelecer alguns pontos de vista através de resultados, utilizando-se frequentemente de transcrição de entrevistas em profundidade.

Segundo Flick (2009, p.36):

Difícilmente poderá ser elaborada uma interpretação da pesquisa qualitativa apenas em um nível teórico. Além disso, aprendizado e ensino deverão incluir experiências práticas na aplicação de métodos e no contato com tema concreto de pesquisa; deverão proporcionar uma introdução à prática de pesquisa qualitativa combinando ensino e pesquisa, permitindo, assim, que os estudantes trabalhem continuamente por um período mais longo em uma questão de pesquisa, a partir da utilização de um ou mais métodos. Aprender por meio da prática fornecerá uma estrutura para as experiências práticas necessárias ao alcance de uma compreensão das opções e das

limitações dos métodos qualitativos (para exemplos, ver Flick e Bauer, 2004), e para ensinar a compreender os procedimentos de entrevista e de interpretação de dados pela perspectiva das aplicações.

A abordagem qualitativa é caracterizada não só por dados mensuráveis, mas também definidos descritivamente, ou seja, são definidos por meio de uma descrição analítica e não através de dados medidos ou contados (FACHIN, 2006).

Flick (2009) argumenta que as pesquisas qualitativas encontram-se voltadas para casos concretos em suas peculiaridades locais e temporais, levando em conta as atividades das pessoas em seus contextos. Desse modo, a abordagem ocorreu através de entrevistas de forma presencial, nos locais onde esses atores encontram-se inseridos e foram levadas em consideração suas disponibilidades.

O escopo desta pesquisa caracteriza-se por um estudo de caráter exploratório, através de uma pesquisa de campo, do tipo estudo de caso. Yin (2010) define estudo de caso como a investigação de um fenômeno dentro de um contexto, e esta estratégia permite várias fontes de evidência, onde o resultado beneficia o desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e análise dos dados.

Fachin (2006) define estudo de caso como um estudo intensivo, onde podem aparecer relações que não seriam descobertas de outra forma. Desse modo, esse método leva em consideração a compreensão do estudo investigado em sua totalidade e em todos os seus aspectos.

3.2 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

O estudo foi composto por uma entrevista com perguntas semiestruturadas, o qual foi elaborado através de um roteiro de entrevistas.

Flick (2009) define que perguntas semiestruturadas tem por base um diálogo, onde o entrevistador expõe algumas questões previamente definidas para, em seguida, deixar o entrevistado à vontade para dialogar livremente sobre o assunto abordado.

Para Trivínos (1987) a entrevista parte de certos questionamentos básicos, apoiados na teoria, que interessam à pesquisa e, dessa forma, oferecem um amplo campo de informações que vão surgindo na medida em que as respostas são recebidas do entrevistado.

Os instrumentos de coleta foram adaptados de Agostini, Silva e Lagonski (2015), e buscam atender ao objetivo desta pesquisa através de entrevistas semiestruturadas com os atores envolvidos na Rota Turística Morro de Amores. O roteiro de Entrevista 1 foi aplicado com os idealizadores da Rota Turística Morro de Amores, os quais são SEBRAE, Emater e Prefeitura Municipal de Morro Redondo, enquanto o Roteiro de Entrevista 2 foi aplicado com os responsáveis pelos empreendimentos da Rota Turística Morro de Amores.

Essas entrevistas foram aplicadas a um representante de cada um dos empreendimentos que compõem a Rota Turística; à gestora do projeto; ao secretário da secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Rural do município; ao presidente da Associação dos Empreendedores de Turismo de Morro Redondo, ao engenheiro agrônomo da Emater; e à ex-vereadora da Câmara de Vereadores do município. O roteiro de entrevista foi dividido em dois blocos.

O primeiro bloco contou com 6 perguntas através das quais se procurou caracterizar o empreendimento (no roteiro aplicado aos empreendedores) e outras 5 perguntas quanto à caracterização do respondente (no roteiro aplicado aos organizadores da Rota).

O segundo bloco foi dividido em 3 subgrupos: no primeiro, Inovações Sociais presentes na Rota, através de 6 perguntas direcionadas aos empreendedores e 7 perguntas direcionadas aos organizadores, onde se procurou identificar essas inovações; no segundo bloco, Estratégias de Inovação Social, através de 14 perguntas direcionadas aos empreendedores e 13 direcionadas aos organizadores, procurou-se identificar essas estratégias; e no terceiro e último bloco, Contribuições da Inovação Social, através de 8 perguntas direcionadas aos empreendedores e organizadores, onde se procurou relacionar as contribuições que a Rota gerou.

Por abordar públicos diferentes, a saber empreendedores e fomentadores da Rota Turística, desenvolveu-se dois instrumentos de coleta de dados, sendo o primeiro instrumento aplicado aos 5 organizadores da Rota e o segundo instrumento aplicado aos 12 empreendedores da Rota. Todas as entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas. As entrevistas totalizaram 10 horas e 47 minutos e sua transcrição resultou em 87 páginas.

As entrevistas foram desenvolvidas de forma presencial, nos meses de junho e julho de 2017, sempre respeitando a disponibilidade dos entrevistados. O roteiro encontra-se anexado ao final do trabalho.

3.3 TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

Para a realização da análise de dados foi utilizado o método de análise de conteúdo por ser uma das técnicas bastante utilizadas quando se trata de pesquisas qualitativas e principalmente quando se utilizam dados coletados através de entrevistas.

De acordo com Bardin (2009), a análise de conteúdo leva em consideração as significações, a distribuição e a forma desse conteúdo, analisando o material e expressões através das mensagens obtidas da comunicação.

Conforme Bardin (2009), a análise das entrevistas foi feita a partir de uma análise de conteúdo considerando as características mais frequentes, ou seja, as que mais se repetem. Desse modo, o roteiro de perguntas semiestruturadas foi aplicado para compreender como as estratégias de inovação social adotadas na Rota Morro de Amores contribuem com o desenvolvimento da região.

Para Gil (2010), a análise e interpretação dos dados é um processo que, nos estudos de caso, se dá concomitantemente à sua coleta visto que esta análise se inicia com a primeira entrevista, primeira observação ou com a primeira leitura de um documento. O pesquisador também lançará mão da observação, de modo a atentar-se não só aos dados explícitos, mas também aos de caráter implícito.

Quanto à categorização, pode-se afirmar que essa chega ao pesquisador através de dois processos, seja na forma de mensuração, quando as variáveis são quantitativas, ou qualificação, quando as variáveis são qualitativas (FACHIN, 2006). Dessa forma, por se tratar de uma pesquisa qualitativa, na qual a coleta dos dados foi através de entrevistas, estas foram transcritas e, para que pudessem ser analisadas, foi utilizado o *software* Nvivo. A partir dos dados inseridos, as perguntas foram analisadas em três categorias: Inovações Sociais Presentes na Rota; Estratégias de Inovação Social; e Contribuições da Inovação Social.

Para validação de estudos qualitativos, Yin (2010) utiliza por critério para o julgamento de qualidade quatro testes, os quais são: validade interna (quando o investigador tenta explicar como e porque o evento “x” levou ao evento “y”); validade externa (procura saber se as descobertas do estudo são generalizáveis); validade do construto (usa múltiplas formas como fontes de evidência para definir os conceitos estudados); e confiabilidade (demonstra que as operações de estudo podem ser repetidas com os mesmos resultados).

Em função disso, esse estudo utilizou os quatro testes de qualidade como critério de validação da pesquisa. Nesse sentido, pode-se inferir que: quanto à validade do construto, essa se deu através da construção teórica e coleta de dados obtidos através das entrevistas; quanto à validade externa, buscou-se através das perguntas aos entrevistados estabelecer semelhanças entre as respostas; quanto à validade interna, esta se apresentou através da análise dos dados originando a quantificação de categorias; quanto à confiabilidade pode-se inferir que foram realizadas 17 entrevistas ao todo, o que contemplou apoiadores, organizadores e todos os empreendimentos da Rota Turística, até o momento do estudo.

3.4 OBJETO DE PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida junto à Rota Turística Morro de Amores, localizada no município de Morro Redondo. Este Roteiro Turístico surgiu em 2013, a partir do Projeto Gaúcho do Pampa ao Mar, Turismo Rural, Costa Doce e Pampa Gaúcho, promovido pelo SEBRAE/RS, em parceria com a Prefeitura da cidade de Morro Redondo e a Comunidade Local (SEBRAE, 2017).

Atualmente o Roteiro Turístico Morro de Amores está se estruturando em forma de Associação e encontra-se composto por um conjunto de doze empreendimentos. Esses empreendimentos vão desde o artesanato, alimentação, pousada, cafés coloniais, entre outros. Demais informações desse roteiro, são detalhadas na seção 4.1.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente estudo procurou apresentar as análises e discussões de acordo os dados obtidos através da aplicação dos instrumentos de pesquisa. Desse modo, baseado nas categorias de análise, esse capítulo está dividido em: A Rota Morro de Amores; Inovações Sociais presentes na Rota; Estratégias de Inovação Social; Contribuições da Inovação Social; e Discussões.

4.1 A ROTA MORRO DE AMORES

Quando o município foi emancipado em 1988, e com o intuito e o desafio de promover seu desenvolvimento, um grupo de produtores rurais da cidade de Morro Redondo, com apoio da Ascar (Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural), entidade privada que atua em parceria com a Emater, criou-se uma associação de produtores, a Associação de Desenvolvimento Comunitário de Produtores Rurais de Morro Redondo (ADCPRMR). A associação foi organizada em grupos, núcleos de produtores com uma gestão centralizada no município, e o trabalho da Emater desde o princípio foi dar acompanhamento aos grupos. No entanto a Emater, além do acompanhamento técnico, também presta um trabalho de acompanhamento, e esse fator agrega uma questão de confiança, criando um vínculo de relação permanente com as famílias.

Dessa forma, após alguns anos, o Engenheiro Agrônomo da Emater relata que, através de uma visita ao Caminho de Pedras em Bento Gonçalves, começou a pensar que Morro Redondo devido à sua cultura e beleza naturais possuía potencial nesse aspecto turístico e vislumbrou a possibilidade de torná-la uma cidade turística. O Engenheiro relata: “Eu quando fiz um passeio a Bento Gonçalves e conheci o

roteiro Caminho das Pedras pensei: ‘isso aqui é Morro Redondo!’” (informação verbal). Iniciava naquele momento uma perspectiva da ação que viria em prol do turismo rural em uma cidade pequena com aproximadamente seis mil habitantes, no sul do Estado do Rio Grande do Sul.

Em 2013, através de uma matéria da imprensa local, a Gestora de Projetos do SEBRAE Jussara Argoud identificou a vontade política do poder público de Morro Redondo em tornar o município em uma cidade turística. A gestora aproveitou o trabalho de implementação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas para iniciar o processo de desenvolvimento do turismo, juntamente com o prefeito de Morro Redondo e a Emater, que já atuava junto aos agricultores familiares (esclarecendo a respeito e buscando potencialidades latentes no que se referia ao turismo rural). Em seguida, novos parceiros foram se agregando à missão com a finalidade de promover o turismo rural na cidade.

Em função do interesse de alguns empreendedores com peculiaridades distintas, cogitou-se a possibilidade de criação de uma Rota Turística, ou apenas de um Turismo Rural no município. O SEBRAE, através de uma parceria com a Prefeitura Municipal, proporcionou aos empreendedores locais visitas técnicas ao Caminho de Pedras em Bento Gonçalves, e ao Caminho Pomerano em São Lourenço do sul. Através dessas visitas constatou-se que era possível empreender no turismo, pois essas rotas mostravam a cultura e os costumes dos habitantes dessas regiões, visto que o intuito do turismo rural partia do pressuposto de mostrar a parte gastronômica e os costumes das pessoas daquelas comunidades, ou seja, como vivem as famílias, sua cultura, e as belezas naturais do local. Assim, através de diversas reuniões, estudos relacionados e tentativas anteriores individuais que não deram certo, constatou-se que as pessoas não viriam a Morro Redondo apenas para visitar um café ou para visitar uma vinícola, então, decidiu-se agregar valor a essas propriedades e criar uma rota.

Dessa forma, com o auxílio do SEBRAE, foi elaborado um planejamento estratégico com a identificação e diagnóstico de cada propriedade rural, para que houvesse a formatação de um produto turístico para esses locais. Desse modo, além do apoio a essas estruturas e a formulação estratégica do produto, promoveram-se cursos para que esses empreendedores pudessem ter acesso ao uso de mídias sociais. A partir desse momento, partiu-se para a criação de um nome

que identificasse o roteiro, e para isso foi contratado um consultor, para a criação do logo e da marca desse roteiro.

Atualmente, a Rota Turística Morro de Amores está se estruturando em forma de associação e o seu desenvolvimento conta com o apoio do SEBRAE, Embrapa, Emater e Prefeitura Municipal de Morro Redondo. A criação da Rota Turística fomenta o desenvolvimento da microrregião por meio do Turismo Rural através de um conjunto de todos os pontos turísticos, os empreendimentos, as pessoas que desejam empreender no turismo, desde o artesanato até alimentação, pousadas, cafés coloniais, entre outras, que compõem esse roteiro.

A seguir, mapa com a localização dos empreendimentos da Rota.



Figura 3 – Mapa do Roteiro turístico Morro de Amores
Fonte: Site Hotel fiss

Desse modo, a Rota Turística Morro de Amores conta com doze empreendimentos estruturados e em funcionamento, sendo eles:

- 1 Hotel;
- 2 Restaurantes Coloniais;
- 1 Pousada Rural;
- 1 Vinícola;
- 1 Viveiro de Plantas e Mudas;
- 1 Agroindústria de Doces Coloniais;
- 1 Quiosque de Produtos Coloniais;
- 4 Sítios.

4.1.1 Os Empreendimentos da Rota Turística Morro de Amores

A Rota Turística Morro de Amores dispõe de 12 empreendimentos operando ativamente no seu roteiro, os quais são: Hotel Fiss, Point Bar, Restaurante Haus Fiss, Pousada da Cachoeira, Vinhos Nardello, Floricultura Sobrado das Plantas, Doces João de Barro, Quiosque Romano, Sítio Sonho Meu, Café Paiol, Família Signorini e Sítio Amoreza.

As especificidades de cada empreendimento são explicadas no decorrer dessa seção, dentre as quais se destacam o surgimento do empreendimento, tempo de atuação, tipo de serviço e data aproximada de ingresso na Rota Turística.

O Hotel Fiss descende de um empreendimento centenário fundado pela família Fiss, o qual começou com pequeno comércio frequentado por tropeiros e viajantes que se deslocavam do centro do Estado para as charqueadas e, no retorno, levavam peles. Por ser um caminho de tropas, havia a necessidade de "instalações". Em 1841, o empreendimento foi oficializado como hotel, tendo desde então passado por vários proprietários e arrendatários. Há aproximadamente três anos, o imóvel foi retomado e passou por reformas. Seu ingresso na Rota se deu há aproximadamente dois anos, quando estava em reforma a parte da hotelaria. Atualmente disponibiliza 7 quartos, estando distribuídos entre: solteiro, duplos, triplos ou quádruplos, com serviço de café da manhã incluso.

O Point Bar está sob a propriedade dos empreendedores há aproximadamente dez anos. Localizado no centro da cidade, começou como lancheria, depois foi crescendo e passou a oferecer almoços. Há quatro anos o prédio foi adquirido e desde então passou por várias reformas com o intuito de ampliação. Atualmente oferece almoços e lanches, sempre valorizando a comida

caseira e a culinária local, pois entende que esse é o seu diferencial. Este empreendimento ingressou na Rota há um ano e funciona diariamente.

O restaurante Haus Fiss é tradicionalmente conhecido e localiza-se na parte central da cidade onde, até alguns anos, oferecia os serviços de restaurante e lancheria, até o encerramento de suas atividades. Quando a atual gestão assumiu, o restaurante estava fechado há um ano aproximadamente. Após a realização da reforma, passou a operar somente como restaurante. Foram feitas novas práticas na cozinha, além de reformas das áreas internas e externas. Encontra-se em funcionamento desde dezembro de 2014 disponibilizando almoços diariamente e alugando para festas esporadicamente, e foi um dos primeiros empreendimentos a ingressar na Rota Turística.

A Pousada da Cachoeira tem aproximadamente vinte e quatro anos de existência e sua infraestrutura dispõe de vinte hectares. A propriedade é cortada pelo Rio Cadeia e mais outros dois rios de menor porte. Como atrativo principal, a pousada possui uma cachoeira natural com uma queda d'água de vinte e cinco metros. Foi construída com o propósito inicial de atender o lazer familiar, mas devido ao alto custo de manutenção, optou-se por torná-la em algo autossuficiente, e então, após tentativas de diferentes negócios, o espaço se consolidou como pousada. O empreendimento foi um dos primeiros a ingressar na Rota Turística. A estrutura atual da pousada tem dez apartamentos, sendo: cinco apartamentos com acomodações para até cinco pessoas; três apartamentos com acomodações para até sete pessoas; um apartamento com acomodações para até seis pessoas; e um apartamento com acomodações para até nove pessoas. Disponibiliza espaço no apartamento para preparo de refeições, com utensílios de cozinha e churrasqueira. Não disponibiliza café na manhã.

A Vinícola Nardello desempenha a atividade turística há aproximadamente dez anos. Anteriormente a isso, a vinícola dispunha de uma pequena produção, em torno de mil litros, a qual era totalmente comercializada em restaurantes de Pelotas. Dessa forma, a maioria dos clientes, no início, era da cidade de Pelotas. Há cinco anos a produção foi separada do atendimento a fim de legalizar o espaço e proporcionar melhor atendimento ao turista. O empreendimento ingressou na Rota Turística em novembro de 2014, quando passou a atender excursões, pessoas que procuram o local para fazer book fotográfico e clientes individuais. Uma vez por mês o espaço, que tem capacidade para aproximadamente setenta pessoas, realiza um

almoço colonial em datas previamente agendadas. Atualmente, a vinícola cultiva em torno de 7000 pés de parreiras e produz, anualmente, aproximadamente oito mil litros de vinho, dois mil litros de suco de uva. O excedente de sua produção de uvas é repassado para outros pequenos vinicultores da região.

A Floricultura Sobrado das Plantas inicialmente começou na forma de produção de hortaliças, batatas e tomate. Em decorrência de o proprietário exercer também a função de professor em uma escola do município, e por ter participado de um projeto relacionado a plantas nativas, emergiu a vontade do empreendedor de expandir seu empreendimento e abranger flores e plantas. Desse modo, buscou profissionalização e, após algumas experiências relacionadas ao ramo de floricultura, passou a comercializar os produtos em um ponto de vendas próximo a sua residência, onde antes se dedicava apenas à produção. Em novembro de 2013 ingressou na Rota e, desde então, oferece grande variedade de flores e plantas diretamente no local todos os dias da semana e realiza visitas previamente agendadas, onde os visitantes participam de uma visita com orientação técnica que vai da floricultura até a produção.

O empreendimento Doces João de Barro começou há aproximadamente cinco anos e, com a ajuda dos apoiadores, está se estruturando em forma de agroindústria, onde está em obras para construção da área de fabricação de doces junto à sua residência. Participando desde o início da Rota, mesmo que ainda não esteja atendendo turistas, o empreendimento atua ativamente desde o início do projeto, acompanhando todas as reuniões realizadas pelo grupo. Atualmente seus doces são vendidos através dos empreendimentos que já se encontram abertos à visita turística.

O Quiosque Romano começou na forma de fruteira, e após ingressar na Rota Turística expandiu a disponibilidade dos seus produtos para além das frutas, passando a vender também produtos coloniais. Está cogitando a criação de um café colonial ou algo similar para o futuro. Ingressou na Rota desde o início, e desde então vende produtos coloniais produzidos pelas famílias da localidade e atende excursões referentes ao roteiro perante agendamento prévio.

O Sítio Sonho Meu surgiu como um espaço de lazer para a família nos finais de semana e férias, visto que o proprietário residia em Pelotas. Há três anos ingressou na Rota, considerando que a propriedade dispunha de estrutura para atender aproximadamente 100 pessoas. O sítio disponibiliza de uma trilha temática

para caminhada, o “Caminho de São Francisco de Assis”, e oferece café colonial ou almoço para grupos previamente agendados.

O Café Paiol começou a se estruturar e vender produtos coloniais em feiras há aproximadamente quinze anos (anteriormente os empreendedores cultivavam fumo). Foi um dos primeiros a ingressar na Rota, o primeiro a inaugurar o empreendimento do roteiro em outubro de 2014, abrindo a propriedade e passando a oferecer cafés coloniais, previamente agendados, e trilhas. O local onde o café funciona foi uma antiga estufa de fumo.

A Família Signorini há cinco anos começou a estruturar a propriedade com a finalidade de receber turistas, pois esse era um sonho da família. Para que isso fosse possível, realizou o primeiro financiamento disponibilizado no município para empreendimentos turísticos. O empreendimento ingressou na Rota há dois anos, quando de fato abriu ao público e começou a desenvolver sua atividade. A estrutura conta com um antigo moinho, uma cachoeira, trilhas em meio a árvores frutíferas e outras centenárias. Oferece cafés e almoços pré-agendados.

O Sítio Amoreza nasceu do sonho da família de sair da cidade e inventar um novo modo de viver a vida, um modo de se sustentar e não só viver, além de também disseminar essas novas práticas. Começou a atender ao público há aproximadamente sete anos. O empreendimento ingressou na Rota há dois anos e meio. Possui trilhas, cachoeira e contato direto com a natureza e oferece cafés e almoços previamente agendados.

4.2 INOVAÇÕES SOCIAIS PRESENTES NA ROTA

A Rota Turística Morro de Amores não apresenta registro como pessoa jurídica. Apesar deste fato toda a organização funcional já existe, com a definição de cargos e papéis. A Rota Turística não tem um líder, logo todos participam e tudo é decidido em conjunto, apesar do presidente ser considerado por muitos como alguém que toma a frente e puxe os demais, exercendo assim a liderança junto com o vice-presidente. Estas informações são enfatizadas pelo relato a seguir:

Ela não está registrada ainda em termos de cartório, mas já existe com toda a diretoria, presidente, tesoureiro, tudo direitinho. Falta só o registro em cartório. Esta associação de certa forma dá apoio para todos, mas nós nos

apoiamos mutuamente (REPRESENTANTE DO SÍTIO SONHO MEU, informação verbal).

Quantos ao envolvimento dos atores, todos agem sempre de forma coletiva e estão em contato frequentemente. Há uma união muito grande entre esses atores. Os desentendimentos entre os atores são pontuais e momentâneos, e quando ocorrem são resolvidos de imediato, conforme relatou a representante da Família Signorini, “todos são amigos uns dos outros, [...] é um companheirismo; se tu tiveres rusga com um, é que nem uma vez que nós tivemos um curso, há a briga, a gente chora, mas a gente se entende” (informação verbal).

É praticamente familiar, nós somos uma família não sendo, a gente por incrível que pareça é um grupo bem diversificado, somos todos muito unidos, a gente se reúne todos os meses e a gente estuda ideias, e a gente tem aquelas ideias, e a gente bota em prática e faz tudo pelo turismo, pelo Morro de Amores (REPRESENTANTE DOS DOCES JOÃO DE BARRO, informação verbal).

O papel desempenhado pelos organizadores e apoiadores, como SEBRAE, Emater, Embrapa, e Prefeitura Municipal, complementa a atividade do outro; então todos trabalham sempre em conjunto, priorizando aquilo que lhes compete. O SEBRAE através de cursos e consultorias, a Emater através de reuniões e encaminhamento de financiamentos aos agricultores, a Prefeitura através da confecção de placas e manutenção das estradas, e assim por diante.

No entanto, cabe ressaltar que quando se busca respaldo na Prefeitura, isso não compete a apenas a Secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Rural, que está mais vinculada ao turismo, visto que o município não possui uma secretaria de Turismo. Há um envolvimento de forma mais abrangente, ou seja, todas as outras secretarias e órgãos se envolvem para dar apoio e solucionar possíveis problemas, como por exemplo, o conserto e ampliação de estradas que fazem parte do roteiro ficam na incumbência da Secretaria de Obras.

Vale ressaltar ainda que o Legislativo também participa e apoia desde o início da Rota, como ilustrado pela cessão do local para as reuniões mensais – até os dias atuais, as reuniões ocorrem na Câmara Municipal de Vereadores, na primeira segunda-feira de cada mês. Essas informações são evidenciadas no relato a seguir:

Os órgão contribuem muito, cada um a seu jeito, da maneira que compete a cada um. Eu acho que esse grupo que se uniu em torno de Prefeitura,

SEBRAE, eu acho que todos eles tem uma visão não só do desenvolvimento da cidade mas até realmente do homem do campo, da dificuldade de permanência nas propriedades rurais, tanto é que a maioria dos empreendimentos são rurais e é turismo rural, embora tenha também os empreendedores da cidade, centro urbano que é normal, a cidade ainda é maioria rural então a Emater é ligada direto ao setor rural, a Embrapa também com suas pesquisas, o SEBRAE com os pequenos empreendedores está voltada também para esse tipo de turismo e tem uma visão muito grande principalmente do turismo rural como hoje talvez uma das alternativas das pequenas cidades do interior, muito forte. Um apelo muito forte pelo estilo de vida que vivemos na cidade, o apelo do turismo no campo é grande e eu acho que isso gera renda, permanência nas propriedades, então acho que tem tudo a ver. Todos os interesses estão ligados (REPRESENTANTE DO SÍTIO SONHO MEU, informação verbal).

Com a criação da Rota Turística carências locais foram amenizadas, pois o município encontrava-se fragilizado após o fechamento da Cooperativa Sul Riograndense de Laticínios – Cosulati, a qual empregava aproximadamente duzentas pessoas direta e indiretamente. Os rumores do fechamento da cooperativa começaram em 2010, mas acabou se consolidando em maio de 2016, deixando as pessoas sem perspectivas. No entanto, na mesma época do fechamento, saiu uma matéria no Jornal ZH e na RBS TV (afiliada da Rede Globo) na coluna/quadro Partiu RS, que apresentou a Rota Turística, fato que divulgou o roteiro e trouxe inúmeros turistas de diversas regiões. Essas informações são enfatizadas no relato a seguir:

A gente viveu a crise da Cosulati (na verdade a gente ficou sabendo em 2010, mas não se acreditava porque eles diziam que não era verdade), e quando realmente fechou ficaram 168 pessoas desempregadas, uma crise social horrorosa! Mesmo que tivesse Seguro Desemprego, para Morro Redondo, era muito. Então naquela mesma semana que saiu a notícia do fechamento da Cosulati, saiu a matéria do Partiu RS, do roteiro, então começou-se a ter um outro olhar para o turismo, e a comunidade começou a acreditar. No entanto, muitos funcionários da Cooperativa hoje estão fazendo produto colonial para vender ou eles estão trabalhando em algum empreendimento nosso, seja de pedreiro ou de diarista, então o roteiro trouxe um outro ar pra cidade, e ajudou muito nessa parte social, porque a gente estava desesperado sem saber o que fazer (EX-VEREADORA, informação verbal).

A comunidade começou a acreditar no roteiro, em razão de a Rota Turística apresentar como principal contribuição a relação com emprego, tanto na forma direta, como na indireta. Com a criação do roteiro, praticamente toda a comunidade é beneficiada, desde a padaria até o posto de gasolina, o que fica evidenciado no relato a seguir:

Todo mundo ganha: posto de gasolina, supermercado, padaria, pessoas para trabalharem, dá mais mão de obra e os empreendedores, porque Morro Redondo perdeu muito com a Cosulati, hoje tem muita gente me ligando para saber se não tem serviço, porque muita gente ficou mal, desempregada e isso aí Morro Redondo sofreu até com a falta de imposto, caiu muito conta da Prefeitura (REPRESENTANTE DO CAFÉ PAIOL, informação verbal).

Dessa forma, através da união dos envolvidos, é gerada uma rede de renda que vai além de um empreendimento, todos trabalham em parceria. Logo, um complementa o outro na obtenção de bem maior que contemple a todos, conforme relato a seguir:

Uma coisa complementa a outra; tu vai ao restaurante tem o queijo de um, o vinho do outro, tu vai às vezes no roteiro, tu vai encontrar, vamos supor, um vinho Nardello, aí tu vai em outro, tem uma bolacha de um outro, um complementa o outro, gera uma renda entre eles, uma rede de renda [...] (SECRETÁRIO DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL, informação verbal).

A principal busca com a implantação da Rota Turística é promover o desenvolvimento do município e a permanência na cidade, principalmente dos jovens, visto que a cidade estava se tornando uma cidade de pessoas idosas, devido à uma grande evasão para outras cidades, em busca de novas possibilidades. A cidade de Morro Redondo apresentava poucas perspectivas para geração de emprego e renda. O Secretário da Agricultura e Desenvolvimento Rural salienta que “o interesse é desenvolver o município, agregar valor, e apoiar aquilo que está dando certo. Hoje a gente divulga o turismo como uma potência” (informação verbal).

Desse modo, todos os atores envolvidos na construção desta Rota Turística corroboram a ideia de desenvolvimento da cidade embora alguns empreendimentos, como o restaurante Hauss Fiss, esperassem mais da Rota devido ao notório aumento do número de turistas no município. Essa expectativa pode advir do fato destes empreendimentos serem mais bem estruturados e, antes do início da Rota, já disporem de sua clientela. Essas informações são evidenciadas no relato a seguir:

Alguma coisa de emprego, até do próprio turismo em sábado, domingo, hoje a gente vê que muitas pessoas que procuram Morro Redondo em cima da rota, isso é uma realidade, um fato, até tem gente que se decepciona ou esperava um pouco mais, mas acho que ela supera em atender essa carência (REPRESENTANTE DO RESTAURANTE HAUSS FISS, informação verbal).

4.3 ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL

As estratégias de inovação social da Rota Morro de Amores envolvem o planejamento da rota, o qual é desenvolvido e discutido em conjunto durante as reuniões, durante as quais o representante de cada empreendimento participa, e os apoiadores (Embrapa, Emater, Prefeitura e SEBRAE) dão suporte e auxiliam na condução para que as melhores ideias para o desenvolvimento da rota prevaleçam. Ao final de cada ano são pensadas e estruturadas as ações para o ano seguinte. Essas informações podem ser observadas no relato a seguir:

Eu tomei conta de toda ação coletiva, tipo reuniões com o grupo, aquela das segundas-feiras, capacitações, articulações, então eu vou aonde tiver que ir para buscar ajuda, e tenho um consultor especialista em turismo para ajudar nas propriedades, de forma individual, na formatação do produto (GESTORA DO SEBRAE, informação verbal).

Todos os empreendimentos participam ativamente, principalmente nas reuniões preestabelecidas. Além disso, todos os empreendimentos participam de outras ações desenvolvidas, como por exemplo, as capacitações propostas pelo SEBRAE, as quais visam desenvolver esses pequenos negócios. Essas informações são evidenciadas no relato do representante do Sobrado das Plantas: “fizemos cursos no ano passado com o SEBRAE, com duração de aproximadamente um mês cada curso, e isso nos ajudou a enxergar muitas coisas. Nem todos fizeram, nem todos participaram de todos os cursos, porque realmente é muita carga horária, mas a maioria participou pelo menos de boa parte do curso” (informação verbal).

A avaliação é outro ponto importante, uma vez que é feita primeiramente de forma individual, onde cada empreendedor avalia o seu empreendimento. Posteriormente, uma avaliação é realizada de forma mais geral nas reuniões, onde todos avaliam juntos. O SEBRAE auxilia neste processo, orientando como deve ser avaliado cada empreendimento, e de forma coletiva os empreendimentos avaliam o que foi feito, o que não foi feito e o que precisa ser melhorado em cada um dos empreendimentos.

O processo de implementação do planejamento da Rota é realizado por todos, cada um desempenhando o seu papel. Além disso, nos eventos/festas

propostas pela Rota, todos os empreendimentos participam e colaboram para o sucesso do evento, conforme se observa no relato do representante do sítio Sonho Meu: “todos trabalharam na execução das últimas duas festas que foram planejadas. Então as tarefas são divididas mutuamente dentro da capacidade de cada um” (informação verbal).

Além do suporte que a Rota Turística Morro de Amores tem dos apoiadores (Embrapa, Emater, SEBRAE e Prefeitura), também conta com apoiadores e organizadores locais, incluindo a comunidade como as empresas e artistas locais. Essas informações são evidenciadas no relato a seguir:

Tem até um apoiador do grupo que não é um setor econômico, os músicos, um apoio muito grande dos músicos locais, que no primeiro evento, se resgatou um grupo que se chama *Stipa*, é uma tradição de Páscoa. Acredito que seja uma tradição Pomerana, é uma tradição de Páscoa que fazem serenatas bem na noite de Páscoa (PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO, informação verbal).

Com relação ao apoio e alinhamento com o município, este aparece ainda em desenvolvimento, conforme argumenta o representante do empreendimento Doces João de Barro: “não é uma coisa que está bem fundamentada, mas eles apoiam, andando junto com a gente. Já é uma coisa que ajuda bastante, a gente faz e a Prefeitura apoia, então eles estão junto *com nós* (SIC)” (informação verbal). Da mesma forma, pode ser constatada no relato a seguir:

As ações todas que eles fazem uma demanda e precisam de nosso apoio nós somos parceiros, para auxiliar naquilo que é possível. Se tem demanda que a gente pode ajudar nós somos parceiros, uma demanda nova; agora, a linha mesmo de trabalho é deles, mas o apoio sim nós vamos dar, esse suporte, essa é a parte que nós dispomos pra eles (SECRETÁRIO DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL, informação verbal).

Esse alinhamento não estruturado do município com a Rota Turística pode dar-se ao fato de Morro Redondo não possuir uma Secretaria de Turismo. Desse modo, no município, as questões relacionadas ao turismo são direcionadas à Secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Rural e à Secretaria de Educação, Desporto e Cultura, conforme relato a seguir:

A Secretaria de Turismo não existe no Morro Redondo, então, ela tá dentro da Secretaria de Agricultura, como essa questão da Educação e Desporto e Cultura tá na outra Secretaria, na de Educação. Então o que está se tentando fazer para o ano que vem é montar um calendário anual, montar

um calendário junto às Secretarias. Também tem a questão cultural [...] então a Secretária de Educação já demonstrou, já falou, já se reuniu tentando marcar e tentando agendar, para não colidir com outras datas, porque o município é pequeno [...] tem que somar e não subtrair ou dividir (REPRESENTANTE DO SOBRADO DAS PLANTAS – informação verbal).

A forma de divulgação é realizada principalmente por meio de redes sociais, como *Facebook*, através do jornal digital (www.morroredoonline.com.br). Mas também acontece por meio da rádio local do município e por *folders*. Essas informações são evidenciadas no relato a seguir:

Primeiro, com a *fanpage*, é a parte onde três membros da associação operam, onde a gente divulga o que tá acontecendo nos empreendimentos. Depois fica a critério dos empreendimentos, é independente de cada um, mas o SEBRAE também deu essas consultorias para quem queira, de como mexer em página, tudo eles assessoraram (REPRESENTANTE DO SÍTIO AMOREZA, informação verbal).

Os espaços para troca de conhecimentos são sempre as reuniões, que podem ser com a Prefeitura, Emater, ou Embrapa. Toda primeira segunda-feira de cada mês ocorre uma reunião onde participam os empreendedores da Rota Turística e a Gestora do SEBRAE. Os empreendedores também possuem um grupo no aplicativo de comunicação *WhatsApp* para troca de informações onde, além da troca de conhecimentos, também ocorre a troca de produtos entre os envolvidos e uma comunicação mais informal.

A maioria dos empreendimentos passou por alguma alteração para ingressar na rota, seja na parte de reforma, ampliação ou regularização, como é o caso do Hotel Fiss, conforme relato do representante do empreendimento: “no meu empreendimento aqui foi a separação física da parte do restaurante da parte da hospedagem, que era uma coisa só originalmente na família Fiss” (informação verbal).

O relato a seguir também deixa evidente:

Quando nós pegamos, ele tava fechado há mais de um ano. Ele foi reformado, era um restaurante e lancheria, hoje é só restaurante. Nós mudamos o conceito, fizemos boas práticas dentro da cozinha, mudamos a churrasqueira de lugar [...] (REPRESENTANTE DO RESTAURANTE HAUSS FISS, informação verbal).

Segundo a opinião dos atores envolvidos, a Rota Turística Morro de Amores se diferencia das demais devido à união dos envolvidos. Não há competitividade

entre os atores, todos trabalham de forma integrada e não de forma individual como é o caso de outras rotas, onde os empreendedores não interagem muito entre si, preocupando-se apenas com o seu próprio empreendimento, conforme pode ser observado no relato a seguir:

Ela se difere na união dos empreendedores. Nasceu com amigos se apoiando e apostando no outro. Apesar de serem concorrentes, desejavam o crescimento do outro. Não é uma rota que o turista faz, é uma rota que já existe e o turista percorre. Tem rotas que são empreendedores isolados que a agência compra passagem para cada um e vai; nós fizemos a rota e convidamos as pessoas a conhecer, imagino que seja um grande diferencial (REPRESENTANTE DO SÍTIO SONHO MEU, informação verbal).

Quanto às questões pensadas para a Rota Turística, destacam-se as duas feiras: a Feira do Artesanato realizada em abril; e a Feira do Doce Colonial realizada em junho, a qual se realizou em um final de semana, concomitante com a Feira Nacional do Doce (FENADOCE), que é uma feira realizada na cidade de Pelotas, cuja especialidade são os doces finos. A ideia da Rota Turística foi aproveitar o público originário de outras localidades que estavam visitando a Fenadoce, visto que há uma proximidade da cidade de Pelotas com a cidade de Morro Redondo, e dessa forma, aproveitassem para conhecer o município e os doces coloniais.

Além dessas duas ações, destacam-se também um evento de Natal promovido pela Rota e uma ação futura relacionada à educação de crianças para o turismo. Essa ação de educação para o turismo procurará fomentar o interesse das crianças tanto no conhecimento dos empreendimentos quanto na funcionalidade das operações que compõem as rotinas dos empreendedores da rota, ou seja, elas vivenciarão na prática o que aprenderem teoricamente na escola. Assim espera-se uma maior integração entre a comunidade e a Rota Turística, conforme relato a seguir:

A gente participou de um evento de Natal da Prefeitura que premiou a casa mais enfeitada, isso foi o roteiro que organizou e a Prefeitura aceitou fazer essa parceria. Outra ação que a gente ainda não começou a trabalhar, mas será esse ano, trabalha com educação para o turismo. A gente vai trabalhar com as três escolas de ensino fundamental do município, [...] visita aos empreendimentos, de quinze em quinze dias, uma semana trabalham na escola e outra no empreendimento [...] isso vai possibilitar saber onde está localizado o empreendimento, fluxo de pessoas, se tem lucro ou não, e além disso eles vão tirar foto, vão ajudar na divulgação [...] outra coisa que a gente notou é que a comunidade não conhece o roteiro (EX-VEREADORA, informação verbal).

4.4 CONTRIBUIÇÕES DA INOVAÇÃO SOCIAL

Quanto às vantagens da criação da Rota Turística Morro de Amores, todos os entrevistados encaram a criação da Rota de forma positiva, pois possibilitou o crescimento no número de empregos diretos e indiretos. Quando se fala em indiretos, esses se relacionam à produção resultante da agricultura familiar que acaba por vender seus produtos nos eventos realizados pela Rota, ou complementando os produtos usados na preparação dos cafés, almoços, entre outros que são disponibilizados aos turistas. Essas informações são evidenciadas no relato a seguir:

(A Rota) Possibilitou agregar mais pessoas da volta, como a feirinha orgânica, que tá acontecendo aqui no meu empreendimento [...] consegui contratar mais gente e consegui remunerar mais pessoas daqui do entorno, então trouxe mais capital de giro para nós também para a gente investir aqui e enxergar outras possibilidades (REPRESENTANTE DO SÍTIO AMOREZA, informação verbal).

Também vale ressaltar como benefícios indiretos o crescimento na movimentação turística do local, o que beneficia os estabelecimentos que não participam do roteiro. Dessa forma, a criação da Rota proporciona melhoria e ampliação de renda aos moradores do município. Quanto às desvantagens, essas não são identificadas pelos entrevistados, conforme relato a seguir:

[...] a rota ela está trazendo pessoas ou segurando jovens e pessoas que de uma maneira de repente teria o êxodo rural, né, iriam pra cidade, eu acho que isso tá segurando bastante porque tem pessoas que tem uma ideia, jovem principalmente, uma ideia de ficar na região porque tem um meio de trabalhar e um comércio limpo como é o turismo (REPRESENTANTE DO DOCES JOÃO DE BARRO, informação verbal).

De acordo com o engenheiro agrônomo da Emater, como benefício a Rota “está agregando renda no pessegueiro que ele não tinha, porque ele permite que o pessoal através da rota vá lá colher e pague o que ele tá colhendo” (informação verbal) e, desse modo, toda comunidade é beneficiada. A gestora do SEBRAE salienta que são vários os beneficiários, dentre eles estão os “cidadãos, empreendedores, o município, as outras empresas que não fazem parte, porque eu duvido um turista que não tenha abastecido, que não tenha ido ao mercadinho e assim por diante” (informação verbal).

Quanto ao controle, constatou-se que não há nenhuma ferramenta de controle, seja o controle envolvendo a quantidade de visitantes, valores gastos pelos turistas, ou ainda o volume de recursos arrecadado pela Prefeitura. A única ferramenta de gestão é uma ferramenta disponibilizada pelo SEBRAE que tem por finalidade disponibilizar ao empreendedor uma planilha em que ele possa colocar a quantidades de visitantes que seu estabelecimento recebeu e o valor gasto. Essa ferramenta possibilita a contabilização e o levantamento do faturamento mensal.

A Rota contribui econômica e socialmente com o município, conforme relato do Secretário de Agricultura e Desenvolvimento Rural “econômico e social, o município antes da rota turística era uma coisa, hoje é outra, o município já tem um patamar muito bom e muito divulgado fora” (informação verbal). De acordo com a representante do Point Bar, “o dinheiro que vem de outros municípios fica no município, isso é importante, e acho que a Prefeitura tem que nos apoiar – não tem como não nos apoiar, é dinheiro que fica no município” (informação verbal).

Os resultados obtidos pela Rota Turística Morro de Amores são divulgados entre a sociedade através de um evento ao final de cada ano, onde são convidados a comunidade em geral e os empresários locais conforme relata a gestora do SEBRAE: “A gente tem feito sempre no final do ano um encontro de resultado, a gente convida e abre para a comunidade, onde se divulga os resultados” (informação verbal).

Quanto aos ganhos com a implantação da Rota Turística, houve benefício para todos os envolvidos principalmente na questão financeira, pois tal ação favorece a permanência das pessoas em seu local de origem. A Rota também está proporcionando o retorno dessas pessoas que haviam saído do município por falta de perspectivas e agora com possibilidade de renda no município, vislumbram a possibilidade de retorno. Conforme pode ser observado no relato a seguir:

Mais uma oportunidade do homem do campo ficar, mais uma oportunidade de enaltecer quem mora na colônia, mais uma oportunidade de tu estares proporcionando para as pessoas, um dia, um alimento de qualidade, resgata essa colônia que está meio esquecida pelos jovens de hoje, então acho que os ganhos são muito grandes e a gente só vê como um cenário futuro muito próspero (REPRESENTANTE DO SÍTIO AMOREZA, informação verbal).

Quanto à repercussão, a Rota atingiu várias cidades vizinhas, sendo conhecida em caráter mais amplo, chegando a atingir dimensões maiores

alcançando visibilidade em nível de Estado e país. Isso se deu, principalmente, após a exibição do programa do Partiu RS, da Rede Globo. Conforme relato da gestora do SEBRAE “muitos municípios, depois da divulgação do roteiro, me procuraram para trabalhar o turismo” (informação verbal).

O desempenho da Rota é avaliado através do SEBRAE, conforme argumenta a gestora do projeto: “na reunião mensal também o SEBRAE tem uma pesquisa para acompanhar, chamada ‘T zero’, que é o jeito de medir se está dando resultado, e eles têm uma planilha para acompanhar os indicadores do empreendimento” (informação verbal).

4.5 DISCUSSÕES

A partir de questões que procuram compreender qual a percepção dos atores quanto à inovação social, pode-se constatar que apesar destes atores não terem percepção quanto ao tema em si, todos buscam uma forma inovadora que possibilite desenvolvimento e proporcione melhores condições de renda para todos os envolvidos.

No que se tange ao compartilhamento, todos encontram-se muito abertos a compartilhar seja conhecimentos adquiridos, experiências, ou novas formas de pensar o que já se encontra formulado. Dessa forma, os integrantes desta Rota Turística se encontram abertos a novas ideias e desafios, da mesma forma que disseminam o conhecimento que detêm, para que dessa forma outras pessoas consigam atingir seus objetivos. É visível essa vontade de que todos cresçam juntos e unidos.

Quanto à diferenciação da Rota, constata-se que todos percebem que o grande diferencial encontra-se relacionado ao modo como os atores encontram-se integrados ao roteiro, ou seja, fica bastante claro não haver rivalidade entre eles. Desse modo, um empreendedor indica o outro sem receio algum, pois partindo do pressuposto que devem fortalecer a Rota Turística acima de tudo, esses não se enxergam como concorrentes, mas sim, aliados na busca por algo maior que fortaleça o grupo e proporcione criação de valor, mesmo que em longo prazo.

Quanto ao planejamento, nota-se a preocupação quanto ao fato de ser um município pequeno e devido às repercussões da Rota nesse curto espaço de tempo

de apenas três anos. Alguns tem receio que ela não consiga se manter no tempo (perenidade) caso, porventura, não consiga contar com essas parcerias e apoiadores. Nesse caso, mostra que como alguns não têm muita noção de planejamento, o receio parte da ideia de não saberem como agir quando não tiverem esse apoio, quando alguém não planejar por eles.

Quanto às contribuições, muitos estão confiantes, seja pelas belezas naturais da cidade, que antes estavam ocultas, ou pelas dimensões que a Rota Turística está tomando. Na busca em tornar o município uma cidade turística e como forma de agregar valor, emerge o projeto de arborizar as ruas, já que cada rua possui o nome de uma flor ou de uma árvore. Dessa forma, como ressalta o presidente da Associação “vai dar uma diferença, vai dar o pulo, eu acredito, nos próximos dois anos eu enxergo essa cidade diferente” (informação verbal).

Dessa forma, defende-se que é preciso acreditar no novo, para que se tenha êxito, conforme relato a seguir:

A criação da rota deixou uma lição, às vezes eu falo assim: “na área da agricultura às vezes nós temos que acreditar, porque às vezes começa uma coisa nova que antes não tinha, e a gente sempre com um pé atrás, a gente retraído” (SIC)... Eu sempre falo, e a rota do turismo pra mim é um ponto positivo que deixou um exemplo: “tem que acreditar nessas coisas novas, tem que acreditar, é possível dar certo!”, e o roteiro deu certo, mas claro todos nós temos barreiras, mas temos que acreditar na inovação, coisas novas, às vezes é coisa simples (REPRESENTANTE DA SECRETARIA DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL, informação verbal).

Os resultados desta pesquisa corroboram com estudos anteriores, uma vez que, este estudo apresenta-se alinhado como o estudo de Silva, Agostini e Langosk (2016), visto que, identificaram-se similaridades, como: importância da participação dos membros, liderança proativa e indícios de formação inicial de alinhamento estratégico. No entanto, ainda se faz necessário um melhor alinhamento da Rota com as ações do município.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal compreender como as estratégias de inovação social presentes na Rota Turística Morro de Amores contribuem para o desenvolvimento da região de Morro Redondo – RS.

Após analisar as três categorias de análise, a saber, Inovações Sociais presentes na Rota, Estratégias de Inovação Social e Contribuições da Inovação Social, foi possível observar que os principais resultados estão na criação de novos empregos, na retenção de jovens e adultos na região, no compartilhamento entre os empreendedores, no senso coletivo e na vontade de crescimento mútuo e em conjunto dos envolvidos.

Quanto ao compartilhamento entre os empreendedores e crescimento mútuo entre os envolvidos, Albagli e Maciel (2004) ressaltam que as interações locais desenvolvem e ampliam o conhecimento coletivo, pois esse conhecimento quando aplicado coletivamente, não corresponde simplesmente à soma de conhecimentos de indivíduos e organizações, mas resulta na troca de sinergias geradas a partir dos vários tipos de interação dos envolvidos.

Como forma de contribuir para não haja o êxodo rural, Duarte, Salamoni e Costa (2011) defendem que o turismo no espaço rural, quando usado estrategicamente, tende a desenvolver a economia, além de divulgar a cultura e os costumes da região, culminando na promoção da interação social e possibilitando a permanência dessas pessoas em suas áreas campesinas.

Desse modo, os achados da pesquisa corroboram os achados de Inovação Social defendidos por Silva e Bignetti (2012), pois contribuem de maneira sustentável, possibilitando geração de renda, desenvolvimento de novos mercados, além de ser forte aliado na inclusão social e no desenvolvimento da região.

Quanto à compreensão da inovação social presente na Rota Turística, foi realizado um primeiro bloco de perguntas, e dessa forma pode-se constatar que esta é bastante significativa uma vez que todos os envolvidos encontram-se muito unidos e participantes de forma coletiva.

No bloco dois foram analisadas quais estratégias de inovação social estão presentes na Rota, e pode-se constatar que através do planejamento são pensadas e definidas ações para Rota Turística, como forma de fomento e ampliação da mesma. Dessa forma, são planejados eventos para atrair o máximo de pessoas para o município.

No último bloco de perguntas, o de número três, foram analisadas as contribuições da inovação social presente na Rota Turística. Dessa forma, foi possível perceber que o roteiro contribui para o desenvolvimento da região, pois possibilita uma melhor possibilidade de renda a partir do momento em que contribui direta e indiretamente com a comunidade local.

Apesar de ter muitas particularidades com os resultados do estudo realizado na Rota Romântica, por Silva, Agostini e Langosk (2016), o Roteiro Morro de Amores se difere quanto a união dos seus atores. Desse modo, todos se sentem parte atuante tanto da Rota como da Associação. Nessa perspectiva, todas as ações do roteiro são pensadas de forma coletiva, não havendo competitividade entre eles. Em função disso, todos os envolvidos se ajudam continuamente, tanto em eventos da Rota Turística, como na troca ou comercialização de produtos.

No entanto, com a pesquisa observou-se que o planejamento fica focado em algumas pessoas, portanto sugere-se uma maior disseminação entre os demais atores, para que dessa forma eles consigam ter um entendimento maior sobre o todo.

5.1 IMPLICAÇÕES EMPÍRICAS

O presente trabalho traz como contribuição a temática da Inovação Social, a qual ainda encontra-se em construção, por ser um tema novo. Dessa forma, esse estudo mostra-se relevante, pois, corrobora com a Rota Turística, visto que, vai de encontro aos interesses desse roteiro que busca principalmente uma forma de desenvolvimento que beneficie a todos.

5.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO E PESQUISAS FUTURAS

Esse estudo apresentou limitações quanto à disponibilidade de horário que tornasse possível entrevistar um representante da Embrapa. Dessa forma, houve limitações da pesquisa qualitativa mesmo havendo esforços para que essas limitações fossem reduzidas pelo atingimento de um representante de cada empreendimento, e ainda que a coleta abarcasse a totalidade de empreendimentos e de atores envolvidos na rota.

Sugere-se que pesquisas futuras possam abordar estudos qualitativo-quantitativos envolvendo mais de uma rota turística, buscando similaridades e diferenças entre as rotas, bem como estudos quantitativos buscando identificar a percepção do turista em relação à rota.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, Manuela Rösing; SILVA, Paula Maines da; LANGOSKI, Leandro Marcio. As Dimensões da Inovação Social: um estudo de caso no instituto Oncoguia. **Revista Científica da Escola de Gestão de Negócios da Universidade Potiguar - CONNEXIO**. Ano 4, nº 2, fev./jul.2015.
- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lúcia. Capital social e empreendedorismo local. **Políticas para Promoção de Sistemas Produtivos Locais de MPME**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Setembro, 2002.
- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lúcia. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. **Ciência da Informação - Ci. Inf.**, Brasília, v. 33, n. 3, p.9-16, set./dez. 2004.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís A. Reto e Augusto Pinheiro. 5.ed. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BIGNETTI, Luiz Paulo. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011.
- BONAJIC, Alan Jorge (Coord.). **Superação da fome e da pobreza rural**: iniciativas brasileiras. Brasília: Organização das nações unidas para a alimentação e a agricultura, 2016.
- BREITENBACH, Raquel. Gestão Rural no contexto do Agronegócio: desafios e limitações. **Desafio Online**, Campo Grande, v.1, n.II, art.8, p.714-731, 2014.
- CONSUMIDOR BR. **Morro de Amores**: Município de Morro Redondo desponta como novo destino do turismo rural da Costa Doce. Disponível em : < <http://www.consumidor-rs.com.br/2013/inicial.php?case=2&idnot=36341>>. Acesso em: julho de 2017.
- DUARTE, Tiaraju Salini ; SALAMONI, Giancarla; COSTA, Adão José Vital Da. Turismo no espaço rural, práticas locais e imigração italiana: O Caminho Colonial do Vinho, Pelotas/RS. **Rosa dos Ventos – Revista do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul**. v. 3, n. 2, jul. 20
- FACHIN, Odília. **Fundamentos da Metodologia**. 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FERRARINI, Adriane Vieira. Dossiê Inovação Social. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p.1-2, 2011.
- FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FRANZONI, Gabriel Borela; SILVA, Tania Nunes da. Inovação Social e Tecnologia Social O Caso da Cadeia Curta de Agricultores Familiares e a Alimentação Escolar em Porto Alegre/RS. **Desenvolvimento em Questão**, ed. Unijuí, ano 14, n. 37, p.

353-386, Edição Especial 2016: Empreendedorismo e Inovação.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5ªed. São Paulo: Atlas, 2010.

HOTEL FISS. **Roteiro Turístico Morro de Amores**. Disponível em: < <http://hotelfiss.com.br/roteiro-morro-de-amores.html> >. Acesso em: julho de 2017.

HULGARD, Lars; FERRARINI, Adriane Vieira. Inovação social: rumo a uma mudança experimental na política pública. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo v. 46, n. 3, p. 256-263, set./dez., 2010.

IBGE. **Censo 2010**. Disponível em: < <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=8&uf=00> >. Acesso em: maio de 2017.

LAKATOS, Maria Eva; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LAKATOS, Maria Eva; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MACKE, Janaina; BIASUZ, Tamiris Sluminski; BORTOLOZZO, Daniela Andreetta. Análise Conceitual e Metodológica dos Estudos sobre Capital Social no Turismo. VI Semintur - Universidade de Caxias do Sul, jul. 2010. **Anais...** Caxias do Sul: Semintur, 2010.

MAURER, Ângela Maria; SILVA, Tânia Nunes da. Dimensões analíticas para identificação de inovações sociais: evidências de empreendimentos coletivos. **Brazilian Business Review**, Vitória, v. 11, n. 6, p. 127-150, dez. 2014.

OLIVEIRA, Carlyle Tadeu Falcão de; ZOUAIN, Deborah Moraes. Turismo rural e agricultura familiar: desafios e perspectivas para o campo. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**, v. 6, nº 2, jun., 2011.

OLIVEIRA, Nilza Duarte Aleixo de; SILVA, Tania Nunes da. Inovação Social e Tecnologias Sociais sustentáveis em relacionamentos intercooperativos: um estudo exploratório no CREDITAG-RO. **Revista de Administração UFSM**, Santa Maria, v. 5, n. 2, p. 277-295, mai./ago., 2012.

PAIVA JUNIOR, Fernando Gomes de; GUERRA, José Roberto Ferreira. O empreendedorismo como marco solidário na esfera do desenvolvimento. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 11, n. 2, p. 267-276, jul./dez. 2010.

RODRIGUES, Andréa Leite. Modelos de Gestão e Inovação Social em Organizações Sem Fins Lucrativos: divergências e convergências entre nonprofit sector e economia social. **Organizações & Sociedade**, v.14, n.43 - Outubro/Dezembro, 2007.

SALUME, Jamilli Almeida; SILVA, Elaine Cristina Gomes; CHRISTO, Bruno Fardim. Elementos de Administração Rural Avaliados em Pequenas Propriedades Rurais de Alegre – ES. **Caderno Profissional de Administração – UNIMEP**, v.5, n.1, p. 76-93, 2015.

SAMPAIO, Isabel Cristina; FORTUNATO, Graziela; BASTOS, Sergio Augusto Pereira. A Estratégia como Prática Social: O Pensar e o Agir no Programa Terra Mais Igual em Vitória-ES. In: ENCONTRO DA ANPAD - EnANPAD, XXXV, 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2011.

SCHUTZ, Evandro; PICOLLI, Icaro; SEHNEM, Simone; NUNES, Nei Antônio. Ações Socioeducativas como Práticas de Inovações Sociais: Um Estudo de Caso. **Desenvolvimento em Questão**. Editora Unijuí, ano 15, n. 38, jan./mar. , 2017.

SCHWANTES, Vanderlei Airton; BASSO, David; LIMA, Arlindo Jesus Prestes de. Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar como Estratégia de Desenvolvimento Rural. **Desenvolvimento em Questão**. Editora Unijuí, ano 9, n. 17, jan./jun. , 2011.

SEBRAE. **Morro de Amores** - Município de Morro Redondo desponta como novo destino do turismo rural da Costa Doce. Disponível em: < <http://www.SEBRAE-rs.com.br/index.php/noticia/2744-morro-de-amores> >. Acesso em: março de 2017.

SILVA, Marielen Aline Costa; SOUZA, Marcelino do. Motivações e benefícios socioeconômicos do turismo rural pedagógico para os empreendedores e a comunidade rural: O caso do projeto viva ciranda e roteiro caminhos rurais. **Revista Turismo – Visão e Ação – Eletrônica**, v. 17, n. 3, p. 630-657, 2015.

SILVA, Paula Maines da; AGOSTINI, Manuela Rösing ; LANGOSKI, Leandro Marcio. Alineamiento estratégico: Un estudio de caso en la Ruta Romántica - Brasil, **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 25, n. 1, p. 17-35, 2016.

SILVA, Silvio Bitencourt da, BIGNETTI, Luiz Paulo. A Inovação Social e a Dinâmica de Inovação Aberta na Rede Brasileira de Living Labs. In: ENCONTRO DA ANPAD –EnANPAD, XXXVI, 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2012.

TOMEI, Patricia Amelia.; SOUZA, Daniela Arantes Alves Lima Alceu. Análise das barreiras que dificultam a transformação do agricultor familiar em empreendedor rural no contexto brasileiro. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 107-122, 2014.

TONDOLO, Rosana da Rosa Portella. Aspectos emergentes entre o terceiro setor e a inovação social: um olhar a partir do contexto brasileiro. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v.1, n.1, p. 21-36, set./dez., 2013.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. Ed. Atlas, São Paulo 1987.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA - ORGANIZADORES DA ROTA

Bloco 1 - Caracterização do Respondente

1. Nome da Instituição:
2. Nome do Respondente:
3. Função do Respondente:
4. Nível de Escolaridade do Respondente:
5. Tempo de Atuação no Projeto:

Bloco 2.A - Inovações sociais presentes na Rota Morro de Amores

1. Como surgiu a ideia de criação da Rota Morro de Amores? Por favor, comente a respeito.
2. Quais são os interesses comuns entre os atores que integram a Rota (empreendimentos, Prefeitura, SEBRAE,...)?
3. Qual é o tipo de envolvimento entre os atores?
4. Existe algum líder da Rota? E como se manifesta esta liderança?
5. De que forma outras entidades, instituições, órgãos públicos contribuem para a Rota?
6. Como a Rota Morro de Amores é operacionalizada? (Como ela funciona, quem administra, quem são os agentes envolvidos, como são financiados e quais as principais atividades realizadas)?
7. Que carências sociais foram atendidas pela Rota?

Bloco 2.B – Estratégias de inovação social utilizadas pelo empreendimento

1. Como é realizado o desenvolvimento do planejamento turístico da Rota Morro de Amores?
2. Os empreendimentos da Rota participam ativamente do desenvolvimento do planejamento?
3. Quem é o encarregado pela implementação do planejamento?
4. Quem é responsável pela avaliação do planejamento?
5. Quem apoia a implementação do planejamento (prefeito, outras secretarias, empreendimentos)?
6. Por favor, cite exemplo de ações pensadas para a Rota Morro de Amores.
7. Como é o alinhamento do planejamento das ações do município de Morro Redondo com o planejamento da Rota?
8. Por favor, comente a sua opinião sobre a forma de divulgação realizada pela Rota (divulgação da Rota, bem como de seus eventos)?
9. Na sua opinião, como a Rota Morro de Amores se difere das demais Rotas Turísticas?
10. A Rota Morro de Amores tem um espaço/momento para a realização de reuniões/trocas de conhecimento e experiências? Comente como ocorre:
11. Na sua opinião, como funciona a interação entre os empreendimentos da Rota com o SEBRAE e a Prefeitura de Morro Redondo?
12. Como são desenvolvidos novos projetos/eventos da Rota?

13. Quais levantamentos sobre necessidades sociais foram realizados junto ao município?

Bloco 2.C - Contribuições das inovações sociais para a comunidade/região

1. De que forma os resultados da Rota são disseminados entre os envolvidos e a comunidade local?
2. Como o desempenho da Rota é avaliado? (satisfação dos envolvidos com os resultados; o que precisa ainda ser melhorado)?
3. Na sua opinião, a Rota contribui de alguma forma para o desenvolvimento econômico e social do município? ou empreendedores ou atores? Como?
4. Quais as vantagens que a Rota trouxe para o município e para a região?
5. Quais as desvantagens que a Rota trouxe para o município e para a região?
6. Quem são os beneficiários da Rota Morro de Amores? (cidadãos, empresas, associações).
7. Vocês apresentam algum tipo de controle sobre os benefícios sociais gerados pela Rota? Quais são?(Quantidade de visitantes, montantes envolvidos – gastos pelo turista e arrecadados pela Prefeitura).
8. Quais as repercussões sociais da Rota na região e Estado?

Pergunta livre:

Gostaria de comentar algo que não foi perguntado?

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA - EMPREENDEDORES DA ROTA

Bloco 1 – Caracterização do empreendimento

1. Nome do empreendimento:
2. Nome do Respondente:
3. Nome do Representante do Empreendimento nas Ações da Rota e sua função no empreendimento:
4. Nível de Escolaridade do Representante:
5. Breve histórico do empreendimento:
6. Quando ingressou na Rota?

Bloco 2.A - Inovações sociais presentes na Rota Morro de Amores

1. Como a rota morro de amores é operacionalizada? (Como ela funciona, quem administra, quem são os agentes envolvidos, como são financiados e quais as principais atividades realizadas)?
2. Existem interesses comuns entre os atores que integram a Rota?(empreendimentos, Prefeitura, SEBRAE,...) Quais são?
3. Qual é o tipo de envolvimento/relacionamento entre os atores?
4. Existe algum líder da Rota? E como se manifesta esta liderança?
5. De que forma outras entidades, instituições, órgãos públicos contribuem para a Rota?
6. Na sua opinião, quais carências locais foram atendidas pelo surgimento da Rota?

Bloco 2.B – Estratégias de inovação social utilizadas pelo empreendimento

1. Como são desenvolvidos novos projetos ou eventos promovidos pela Rota?
2. Quais espaços/momentos existem para trocas de informações, conhecimentos e experiências entre os envolvidos? Como essas trocas/interações ocorrem?
3. O seu empreendimento costuma fazer trocas (de conhecimento/experiências/produtos/recursos humanos/recursos tecnológicos ou materiais) com outros empreendimentos da Rota? Comente um pouco sobre as trocas que já foram realizadas?
4. Na sua opinião, como funciona a interação entre os empreendimentos da Rota e seus apoiadores (SEBRAE, Prefeitura de Morro Redondo,...)?
5. Quais adaptações foram necessárias no local para realizar esse empreendimento?
6. Na sua opinião, como a Rota Morro de Amores se difere das demais Rotas Turísticas?
7. Como é realizado o desenvolvimento do planejamento turístico da Rota Morro de Amores?
8. Como os empreendimentos da Rota participam ativamente no desenvolvimento do planejamento turístico da Rota?
9. Quem é o encarregado pela implementação do planejamento?
10. Quem faz a avaliação do planejamento?

11. Quem apoia a implementação do planejamento (prefeito, outras secretarias, empreendimentos)?
12. Por favor, cite exemplo de ações pensadas para a Rota Morro de Amores.
13. Como é o alinhamento do planejamento das ações do Município de Morro Redondo com o planejamento da Rota?
14. Por favor, comente a sua opinião sobre a forma de divulgação realizada pela Rota (divulgação da Rota, bem como de seus eventos)?

Bloco 2.C - Contribuições das inovações sociais para a comunidade/região

1. Quais as vantagens que a Rota trouxe para o seu empreendimento?
2. Quais as desvantagens que a Rota trouxe para o seu empreendimento?
3. De que forma os resultados da Rota são disseminados entre os envolvidos e a comunidade local?
4. Como o desempenho da Rota é avaliado? (satisfação dos envolvidos com os resultados; o que precisa ainda ser melhorado?)
5. Na sua opinião, quais são as repercussões da Rota na sociedade (comunidade/cidade/cidades vizinhas/Estado)?
6. Na sua opinião, houve ganhos com a implantação da Rota Morro de Amores? Se sim, quem se beneficia e de que forma(s)?
7. Na sua opinião, foi compensador ingressar no projeto? Por quê?
8. Na sua opinião, a Rota contribui de alguma forma para o desenvolvimento econômico e social do município? ou empreendedores ou atores? Como?

Pergunta livre:

Gostaria de comentar algo que não foi perguntado?