Área: Inovação | **Tema:** Inovação, Sustentabilidade e Inclusão Social

ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL NA ROTA TURÍSTICA MORRO DE AMORES

SOCIAL INNOVATION STRATEGIES ON THE MORRO DE AMORES TOURIST ROUTE

Elizabeth Swensson Schmechel, Rosana Da Rosa Portella Tondolo, Vilmar Antonio Gonçalves Tondolo,

Larissa Martinatto Da Costa, Cláudia Cristina Bitencourt e Elvis Silveira-Martins

RESUMO

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 como as estratégias de inovação social adotadas na Rota Turística Morro de Amores contribuem para a sustentabilidade e desenvolvimento da região. Desse modo, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, tendo sido realizadas doze entrevistas com empreendimentos que compõem a rota, e cinco entrevistas com organizadores e apoiadores da Rota. O estudo constatou 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. Também é importante a forma como os atores se relacionam; as peculiaridades da Rota; como se dá o planejamento estratégico da rota; e as principais contribuições que o roteiro turístico apresenta para a sustentabilidade e o desenvolvimento regional.

Palavras-Chave: inovação social, turismo rural, sustentabilidade, desenvolvimento regional.

ABSTRACT

Social innovation emerge 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. Facing this situation, the present study is focused on the social innovation strategies adopted in the Morro de Amores Tourist Route that contribute to the region's sustainability and development. Thus, a qualitative exploratory research was applied, and the interviews with the enterprises that compose a script were conducted, and five times with the organizers and collaborators of the Route. The study found that Social Innovation is more significant in the Route, since all processes are very united and participate in a collective way. In this way, the Morro de Amores Tourist Route can contribute to the development of the region, as there may be a better possibility of direct and indirect access to the local community. It is also important a way as its attractions; as peculiarities of the route; as if you have strategic route planning; and the main resources that the touristic route presents for the sustainability and the regional development.

Keywords: social innovation, rural tourism, sustainability, regional development.

Eixo Temático: Inovação, Sustentabilidade e Inclusão Social

ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO SOCIAL NA ROTA TURÍSTICA MORRO DE AMORES

SOCIAL INNOVATION STRATEGIES ON THE MORRO DE AMORES TOURIST ROUTE

RESUMO

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 como as estratégias de inovação social adotadas na Rota Turística Morro de Amores contribuem para a sustentabilidade e desenvolvimento da região. Desse modo, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, tendo sido realizadas doze entrevistas com empreendimentos que compõem a rota, e cinco entrevistas com organizadores e apoiadores da Rota. O estudo constatou 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. Também é importante a forma como os atores se relacionam; as peculiaridades da Rota; como se dá o planejamento estratégico da rota; e as principais contribuições que o roteiro turístico apresenta para a sustentabilidade e o desenvolvimento regional.

Palavras-chave: inovação social, turismo rural, sustentabilidade, desenvolvimento regional.

ABSTRACT

Social innovation emerge 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. Facing this situation, the present study is focused on the social innovation strategies adopted in the Morro de Amores Tourist Route that contribute to the region's sustainability and development. Thus, a qualitative exploratory research was applied, and the interviews with the enterprises that compose a script were conducted, and five times with the organizers and collaborators of the Route. The study found that Social Innovation is more significant in the Route, since all processes are very united and participate in a collective way. In this way, the Morro de Amores Tourist Route can contribute to the development of the region, as there may be a better possibility of direct and indirect access to the local community. It is also important a way as its attractions; as peculiarities of the route; as if you have strategic route planning; and the main resources that the touristic route presents for the sustainability and the regional development.

Keywords: social innovation, rural tourism, sustainability, regional development.

1 INTRODUÇÃO

Devido ao avanço da tecnologia em ambientes rurais muitas vezes desgastados e ultrapassados, o conceito de inovação surge como uma forma para que as comunidades alcancem o desenvolvimento. Porém, ressalta-se 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 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 por meio 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 residentes em ambientes rurais sejam atraídas para 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).

Na tentativa de valorização do campo e tornar essas áreas atrativas, emergem diversos projetos que buscam promover estes 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).

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 espaços rurais, desenvolvendo estas comunidades por meio 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.

Diante do contexto apresentado, este estudo tem como objetivo compreender como as estratégias de inovação social adotadas na Rota Turística Morro de Amores contribuem para a sustentabilidade e desenvolvimento da região. Para tal, foi desenvolvida uma pesquisa

qualitativa de caráter exploratório, com entrevista semiestruturada em profundidade, baseada em um estudo de caso.

O artigo é apresentado em cinco seções, sendo a primeira esta introdução. A segunda seção apresenta a revisão de literatura sobre inovação social, turismo rural como estratégia de inovação social e sustentabilidade e desenvolvimento de comunidades rurais; a terceira, procedimentos metodológicos; a quarta, os resultados e discussão. Na quinta e última seção, apresentam-se as considerações finais deste estudo.

2 INOVAÇÃO SOCIAL

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 em um 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 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 haja a expansão do 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).

Para Phills Jr, Deiglmeier e Miller (2008), a inovação social é definida como 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. Rodrigues (2007) define inovação social como mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrentes de abordagens, práticas e intervenções. Tondolo (2013) defende que a inovação social 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.

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).

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. Para isso acontecer, 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, e que se instale o espírito inovador.

De acordo com Tondolo (2013), 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. No que se refere a empreendedor social, pode-se dizer que para ser considerado como tal, precisa apresentar soluções inovadoras para os problemas sociais da sociedade. 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, já que assim, será 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 os quais a população envolvida não tem acesso (TONDOLO, 2013).

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. Além disso, 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).

2.1 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. 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.

As pessoas que detém posse da cultura local rural podem usar de seu conhecimento para melhor vender seus produtos visto que, ao se apropriar dos produtos turísticos, os campesinos 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 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 assim 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.

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 SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES RURAIS

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

Perante as novas dinâmicas do espaço rural, esse não pode mais ser considerado somente 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 dos ambientes rurais, o qual proporciona valorização dos modos de vida e ampliação nas alternativas de geração de renda (DUARTE; SALAMONI; COSTA, 2011).

As 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. Assim, propriedades consideradas pequenas contribuem tanto para a segurança alimentar quanto para o desenvolvimento em âmbito nacional ou apenas local (SCHWANTES; BASSO; LIMA, 2011).

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 a sustentabilidade e 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). Dessa forma, a inovação social torna-se importante para a sustentabilidade e 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 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo tem como objetivo compreender como as estratégias de inovação social adotadas na Rota Turística Morro de Amores contribuem com a sustentabilidade e desenvolvimento da região. Desta forma, apresenta-se uma pesquisa qualitativa-exploratória, na qual se abordou o estudo de caso da Rota Turística Morro de Amores, localizada no Município de Morro Redondo no Estado do Rio Grande do Sul. Para isso, protocolos metodológicos da pesquisa qualitativa e do estudo de caso foram seguidos os quais estavam baseados em Flick (2009) e Yin (2010).

O objeto de pesquisa, a Rota Turística Morro de Amores 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, 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 e é por um conjunto de doze empreendimentos sendo eles: 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 que envolvem artesanato, alimentação, pousada, cafés coloniais, entre outras atrações.

A coleta dos dados se deu por meio de 17 entrevistas semiestruturadas com os principais atores presentes na Rota. Os dois instrumentos de coleta foram adaptados de Silva, Agostini e Langoski (2016) e passaram por um processo de validação por especialistas. O primeiro instrumento foi direcionado aos idealizadores da Rota Turística Morro de Amores, os quais são SEBRAE, Emater e Prefeitura Municipal de Morro Redondo, enquanto o segundo foi aplicado aos responsáveis pelos doze empreendimentos que compõem a 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 com o objetivo de caracterizar o empreendimento (no roteiro aplicado aos empreendedores) e outras 5 perguntas quanto à caracterização do respondente (no roteiro aplicado aos organizadores da Rota). Já o segundo bloco foi dividido em 3 subgrupos: no primeiro, Inovações Sociais presentes na Rota, com 6 perguntas direcionadas aos empreendedores e 7 perguntas direcionadas aos organizadores, onde procurou identificar essas inovações; no segundo bloco, Estratégias de Inovação Social, com 14 perguntas direcionadas aos empreendedores e 13 direcionadas aos organizadores, com o objetivo de identificar essas estratégias; e no terceiro e último bloco, Contribuições da Inovação Social, com 8 perguntas direcionadas aos empreendedores e organizadores, onde procurou relacionar as contribuições que a Rota gerou.

Todas as entrevistas foram realizadas de forma presencial, as quais foram gravadas em áudio e transcritas. As entrevistas totalizaram 10 horas e 47 minutos de áudio, e sua transcrição resultou em 87 laudas. Os dados foram coletados nos meses de junho e julho de 2017, sempre respeitando a disponibilidade dos entrevistados.

Após a transcrição das entrevistas, foi utilizado o *software* Nvivo versão 10, a fim de auxiliar no processo de categorização e análise dos dados. Foram utilizadas três categorias: Inovações Sociais Presentes na Rota; Estratégias de Inovação Social; e Contribuições da Inovação Social. Os dados foram analisados por meio da técnica análise de conteúdo. 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.

Este estudo utilizou quatro testes de qualidade como critério de validação da pesquisa, os quais foram baseados em Yin (2010). Nesse sentido, pode-se inferir que: quanto à validade do construto, essa se deu por meio 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 por meio 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.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente estudo procurou apresentar as análises e discussões de acordo os dados obtidos por meio da aplicação dos instrumentos de pesquisa. Desse modo, baseado nas categorias de análise, esta seção está dividida em: Inovações Sociais presentes na Rota; Estratégias de Inovação Social; e Contribuições da Inovação Social.

4.1 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 estimule os demais, exercendo assim a liderança juntamente com o vice-presidente. Estas informações são

enfatizadas no relato do representante do Sítio Sonho Meu: “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” (informação verbal).

Quanto 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). Para o representante dos Doces João de Barro “é praticamente familiar, [...] a gente por incrível que pareça é um grupo bem diversificado, mas somos unidos, a gente se reúne todos os meses e estuda ideias, e a gente tem aquelas ideias, e a gente bota em prática e faz tudo pelo turismo, pelo Morro de Amores” (informação verbal).

O papel desempenhado pelos organizadores e apoiadores, como SEBRAE, Emater, Embrapa, e Prefeitura Municipal, complementa a atividade um do outro. Então todos trabalham sempre em conjunto, priorizando aquilo que lhes compete. O SEBRAE por meio de cursos e consultorias, a Emater com reuniões e encaminhamento de financiamentos aos agricultores, a Prefeitura com a 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 apenas à 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, fato 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 órgãos 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 da Rota Turística apresentar como principal contribuição a relação com emprego, tanto na forma direta, como 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).

Com a 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 dos moradores 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.

4.2 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 do Presidente da Associação "tem até um apoiador do grupo que não é um setor econômico, os músicos, [...] que no primeiro evento, se resgatou um grupo que se chama *Stipa*. Acredito que seja uma tradição Pomerana, é uma tradição de Páscoa que fazem serenatas bem na noite de Páscoa" (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). 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.morroredondoonline.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 do representante do Restaurante Hauss Fiss 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 [...]” (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.

4.3 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, seja o controle envolvendo a quantidade de visitantes, valores gastos pelos turistas, ou 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 possiblidade de retorno.

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).

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 detém, 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 está 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. Já 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 fica 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).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo compreender como as estratégias de inovação social adotadas na Rota Turística Morro de Amores contribuem para a sustentabilidade e 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 as estratégias de inovação social presentes na Rota contribuem para a sustentabilidade e desenvolvimento da região principalmente no que se refere à 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 dos envolvidos.

Os resultados da pesquisa corroboram os achados de Inovação Social defendidos por Silva e Bignetti (2012), pois foi possível verificar que a inovação social contribui 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 se encontram unidos e participativos de forma coletiva.

Ao analisar quais estratégias de inovação social estão presentes na Rota, pode-se constatar que mediante 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. Por fim, ao analisar as contribuições da inovação social presente na Rota Turístico, 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 particularidades com os resultados do estudo realizado na Rota Romântica de Silva, Agostini e Langoski (2016) como importância da participação dos membros, liderança proativa e indícios de formação inicial de alinhamento estratégico, o Roteiro Morro de Amores se difere quanto a união dos seus atores, já que 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. Também foi possível observar 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.

O presente trabalho traz como contribuição a abordagem da temática da Inovação Social, a qual ainda se encontra em construção, por ser um tema recente. Além da contribuição teórica, este estudo também 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. Dessa forma, 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, M. R.; SILVA, P. M.; LANGOSKI, L. M. As Dimensões da Inovação Social: um estudo de caso no instituto Oncoguia. **Revista Cientifica da Escola de Gestão de Negócios da Universidade Potiguar - CONNEXIO**. v. 4, n. 2, p. 73-87, 2015.

ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Capital social e empreendedorismo local. **Políticas para Promoção de Sistemas Produtivos Locais de MPME**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, setembro, 2002.

ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. Informação e conhecimento na inovação e no desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, v. 33, n. 3, p. 9-16, 2004.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís A. Reto e Augusto Pinheiro. 5. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 3-14, 2011.

DUARTE, T. S.; SALAMONI, G.; COSTA, A. J. V. Turismo no espaço rural, práticas locais e imigração italiana: o Caminho Colonial do Vinho, Pelotas/RS. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 3, n. 2, p. 207-215, 2011.

FERRARINI, A. Dossiê Inovação Social. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 47, n. 1, p. 1-2, 2011.

FLICK, U**. Introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANZONI, G.; SILVA, T. Inovação Social e Tecnologia Social O Caso da Cadeia Curta de Agricultores Familiares e a Alimentação Escolar em Porto Alegre/RS. **Desenvolvimento em Questão,** v. 37, n. ed. esp., p. 353-386, 2016.

HULGARD, L.; FERRARINI, A. Inovação social: rumo a uma mudança experimental na política pública. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 46, n. 3, p. 256-263, 2010.

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

MACKE, J.; BIASUZ, T. S.; BORTOLOZZO, D. A. Análise Conceitual e Metodológica dos Estudos sobre Capital Social no Turismo. In: Semintur - Universidade de Caxias do Sul, 6, Caxias do Sul, 2010. **Anais...** Semintur: Caxias do Sul, 2010.

OLIVEIRA, C. T.; ZOUAIN, D. M. Turismo rural e agricultura familiar: desafios e perspectivas para o campo. **Observatório de Inovação do Turismo**, v. 6, n. 2, p. 1-14, 2011.

OLIVEIRA, N. D. A.; SILVA, T. N. Inovação Social e Tecnologias Sociais sustentáveis em relacionamentos intercooperativos: um estudo exploratório no CREDITAG-RO. **Revista de Administração UFSM,** v. 5, n. 2, p. 277-295, 2012.

PHILLS JUNIOR, J.A.; DEIGLMEIER, K.; MILLER, D.T. Rediscovering Social Innovation.

Stanford Social Innovation Review, v. 6, n. 4, p. 34-43, 2008.
RODRIGUES, A. L. 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, p. 111-128, 2007.
SCHWANTES, V.; BASSO, D.; LIMA, A. Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar como Estratégia de Desenvolvimento Rural. **Desenvolvimento em Questão**, v. 9, n. 17, p. 61-92, 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, M.; SOUZA, M. 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**, v.17, n.3, p.630-657, 2015.
SILVA, P.; AGOSTINI, M. R.; LANGOSKI, L. 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, S. B.; BIGNETTI, L. P. A Inovação Social e a Dinâmica de Inovação Aberta na Rede Brasileira de Living Labs. In: Encontro da ANPAD, 36, Rio de Janeiro, 2012. **Anais...** ANPAD: Rio de Janeiro, 2012.
TONDOLO, R. 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, 2013.
YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 4ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.