

PLANEJAMENTO DO TURISMO RURAL EM PEQUENOS EMPREENDIMENTOS FAMILIARES: ESTUDO DO ROTEIRO NOSTRA COLÔNIA, JAGUARI-RS

**FLÁVIA DE ARAÚJO PEDRON (1) ; JOAQUIM ANÉCIO ALMEIDA (2) ;
MARCELINO DE SOUZA (3) .**

1,3.UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL, PORTO ALEGRE, RS, BRASIL; 2.UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, SANTA MARIA, RS, BRASIL.

flaviapedron@yahoo.com.br

APRESENTAÇÃO ORAL

AGRICULTURA FAMILIAR

Planejamento do Turismo Rural em Pequenos Empreendimentos Familiares: Estudo do Roteiro Nostra Colônia, Jaguari-RS

Grupo de Pesquisa 7: Agricultura Familiar

Resumo

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

Palavras-Chave: Turismo Rural, Planejamento, Desenvolvimento Rural.

Abstract

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

Keys-Words: rural tourism, planning, rural development.

1 Introdução

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

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

O turismo rural, quando seriamente planejado, pode proporcionar à comunidade diversos benefícios, como diversificação dos pólos turísticos, diminuição do êxodo rural, intercâmbio cultural, novas fontes de renda, consciência ecológica, entre outros. (ZIMMERMANN, 1996, p.27).

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

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

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

A atividade turística, quando não planejada,

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

Diante da importância do planejamento na atividade, utilizou-se o conceito que traz a realização deste em fases, e, de forma sistematizada, conforme expresso por Carvalho:

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

Mediante isto, a palavra planejar, neste estudo, vem em contraposição à aleatoriedade. O planejamento envolve as dimensões sociais, ambientais, políticas e culturais sobre o local onde é realizado. A necessidade de mudança, aliada a essas dimensões, pode desencadear muitos fatores positivos. Porém, a aleatoriedade não combina com esse processo, que exige organização e revisão constantes para focalizar o objetivo principal e realizar redirecionamento das ações quando necessário, conforme enfatiza Barretto:

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

Um outro aspecto muito relacionado ao processo de planejamento se refere às fases propriamente ditas do mesmo. Na primeira fase, ocorre uma análise por parte dos envolvidos com o intuito de estabelecer o que será planejado. Essa escolha geralmente é desencadeada por uma situação problema. Posteriormente à escolha, é realizado o diagnóstico, que embasará as ações posteriores. Em um diagnóstico,

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

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

Definidos os objetivos, passa-se à fase em que são criadas alternativas de intervenções. Nesse momento são elaborados os documentos: planos, programas e projetos¹.

¹ Segundo Barretto (1991, p. 41), “a diferença entre plano, programa e projeto está na sua área de abrangência e no seu grau de abstração. O plano é a filosofia geral e abrange o sistema por inteiro. O programa abrange um

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

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

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

Contudo, é imprescindível ter conhecimento de que,

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

E ainda Beni complementa:

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

Ou seja, o planejamento não é estático e por isso não existe uma fórmula contendo o lugar de cada uma das etapas. Existe uma interdependência entre as fases, para que, se necessário, haja a reformulação de ações e projetos. Todas estas considerações apresentadas são válidas também para o desenvolvimento adequado do turismo rural.

Há que se considerar que em algumas localidades, o turismo rural vem se consolidando, e em outros municípios começam a inserir essas propostas em seu planejamento. Assim, torna-se de fundamental importância, nesse momento, uma reflexão em torno das experiências existentes acerca desta atividade, verificando como os produtos e serviços surgem, de que maneira são trabalhados e de que forma são divulgados e comercializados. Por esses motivos, a abordagem desta pesquisa irá se focalizar no planejamento do turismo rural.

Perante esses aspectos, o presente trabalho tem como intuito analisar o processo de planejamento do Roteiro Turístico “Nostra Colônia”, no município de Jaguari-RS.

2 Metodologia da Pesquisa

A pesquisa foi realizada no Roteiro “Nostra Colônia”, no município de Jaguari – RS. O município localiza-se na Região Central do Rio Grande do Sul, a 100 km de Santa Maria e 420 km de Porto Alegre.

A colonização deste município começou em 1888, com a chegada dos primeiros imigrantes italianos, que no ano seguinte fundaram o núcleo colonial de Jaguari. Atualmente,

setor e constitui uma proposta prática, aprofundada, do plano. O projeto abrange o detalhamento das alternativas de intervenção, constituindo-se na unidade elementar do sistema”.

o município possui cerca de 12.448 habitantes, segundo dados do IBGE – Censo Demográfico 2000/2001, sendo que destes, 6.623 (53,2%) se encontram na área urbana e os demais (46,8%) em áreas rurais.

As características locais proporcionam a atratividade do município, principalmente nas áreas rurais. O relevo acidentado com grande presença de morros, paredões; a vegetação que pode ser observada nos mirantes; a agricultura e a pecuária, atividades em que se baseia a economia da cidade. Todos esses fatores se misturam formando cenários atrativos aos olhos do visitante.

É diante desse cenário que se encontra o roteiro de turismo rural “Nostra Colônia”, objeto deste estudo, se transformando num produto turístico alternativo da região. O Roteiro é composto atualmente pelos seguintes empreendimentos: no Distrito de Fontana Freda encontram-se: Casa das Massas, Gruta Fontana Freda e Esculpedras. No Distrito de Chapadão, a Agroindústria Dalla Valle, o Mirante dos Minuzzi, o Pesqueiro Chapadão, a Granja Santa Tereza, os Vinhos Jaguari, a Casa do Imigrante Italiano, a Chácara da Família Guerra e o Grupo Despertar, todos pequenos empreendimentos de base familiar.

Em relação aos procedimentos metodológicos da pesquisa, utilizou-se a pesquisa bibliográfica e à pesquisa de campo. A primeira constituiu-se de consulta em bibliografias referentes ao turismo rural, planejamento do turismo e alguns dados sobre o município de Jaguari, resgatando possíveis fatos referentes ao início do turismo rural no município. Já a pesquisa de campo, se deu em três momentos. Nos dias 18 e 19 de julho de 2006, realizou-se a pesquisa com os empreendedores do Roteiro. Salienta-se que não foi possível o contato com todos os proprietários. Sendo assim, dos 14 empreendimentos que constituíam o roteiro, conseguiu-se entrevistar 10. Posteriormente, no dia 25 de agosto de 2006, voltou-se ao município de Jaguari-RS com a finalidade de buscar mais informações, nesse momento com um representante da Prefeitura Municipal. Ainda, foi feita consulta através de e-mail, com um representante do SEBRAE que trabalhou em Jaguari-RS como responsável pelo roteiro na época de implantação do mesmo.

No que se refere à técnica, no caso desta pesquisa, elaborou-se um instrumento de auxílio ao pesquisador consistindo em entrevista com perguntas abertas e fechadas. Segundo Schlüter (2003, p.106), “a entrevista científica pode ser definida como uma situação frente a frente em que uma pessoa, o entrevistador, faz perguntas à outra, o entrevistado, com o objetivo de obter respostas pertinentes ao tema estudado”. O tipo de entrevista que se utilizou foi a estruturada. Nesta, “o pesquisador tem uma lista de perguntas que têm de ser formuladas na mesma ordem e nos mesmos termos” (Schlüter, 2003, p.106). As entrevistas abertas consistem naquelas em que o entrevistado tem liberdade de expressar com suas palavras a resposta à pergunta. Já as fechadas caracterizam-se por questões de múltipla escolha onde as respostas já estão determinadas.

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

3 Resultados e Discussões

3.1 Processo de Planejamento no Roteiro Nostra Colônia - Jaguari-RS

O Roteiro Nostra Colônia teve seu início no ano de 2000. A inserção da atividade se deu em decorrência do diagnóstico socioeconômico da cidade publicado em 1998, o qual, em suas recomendações, apontou o turismo como um setor propício a ser desenvolvido no município. Posteriormente à decisão do poder público em aderir ao turismo, formalizou-se um

convênio entre a Prefeitura Municipal de Jaguari-RS e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, em 1999, através do Programa de Desenvolvimento de Emprego e Renda -PRODER.

Em janeiro de 1999 foi realizado um seminário setorial de turismo, onde foram definidas as tipologias as quais o município possuía vocação: o turismo religioso, o turismo rural e ecológico, turismo de lazer e de eventos. Alguns projetos foram selecionados para implementação como: Pesque-pague, Centro Gastronômico Jaguari, Resgate turístico da praia, Criação de uma agência de turismo e eventos, Roteiro da Cana e da Uva, Armazém Colônia. Os prazos estipulados para a realização dos projetos foram de curto e médio prazo. Contudo, em alguns desses projetos, os objetivos estavam além das possibilidades de alcance em relação ao tempo proposto para desenvolvê-los.

Em 2000, toma forma a idéia de alavancar o turismo na região, através da grande potencialidade do meio rural do município. O Roteiro da Cana e da Uva, inicialmente com poucas propriedades de Fontana Freda, avançou e englobou também o Distrito de Chapadão, ocorrendo então a consolidação do Roteiro.

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

Com o objetivo de divulgar as potencialidades rurais, tanto no que se refere aos atrativos naturais, quanto à valorização da cultura italiana e das agroindústrias, contribuindo também para evitar o êxodo rural, partiu-se para a ação. O SEBRAE realizou visitas técnicas às propriedades com potencial para o turismo e verificou por meio de conversas informais, a visão dos produtores sobre o turismo e se haveria alguma possibilidade destes desenvolverem a atividade. Aos poucos o roteiro foi sendo formado, contando inicialmente com 14 empreendimentos familiares.

É importante salientar que quando se começou a falar em exploração do turismo de forma organizada, houve resistência dos produtores. Nas primeiras reuniões a presença de proprietários interessados em inserir a atividade turística em seu cotidiano era inexistente.

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

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

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

Com o tempo o Roteiro foi se desenvolvendo. Em relação à oferta², acredita-se que tenha ocorrido mais investimento de tempo e esforço físico do que investimento financeiro para criar os passeios e providenciar os acessos aos atrativos, como por exemplo, o passeio de reboque, passeio de carreta de bois, mirantes, entre outros. O caso é diferente, por exemplo, no estabelecimento que possibilita hospedagem. Como foram criadas cabanas para possibilitar a oferta de pernoite aos turistas em uma das propriedades, a aquisição de equipamentos se torna maior, além da quantidade de material para a construção dessas.

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

Desse modo, verifica-se que a atenção no decorrer do planejamento ficou voltada para a oferta, sendo que juntamente com a oferta é imprescindível trabalhar o público-alvo que se quer atrair³.

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

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

Na caracterização da demanda, identificou-se que 87% dos turistas são provenientes da própria microrregião, sendo que 13% são de outros estados. Segundo as radiais da demanda turística de Lemos (1999, p.63) esse público é caracterizado como uma demanda regional, proveniente de um raio de no máximo 100 km de distância do destino turístico. Em relação à composição do grupo visitante, 50% se constituem em famílias e os outros 50% em excursões. No que se refere aos meios de transporte utilizados, a porcentagem também ficou dividida em 50% utilizando automóvel e 50% utilizando ônibus fretado. Já com relação ao tempo de permanência dos turistas no local, verificou-se que 87% deles ficam somente durante o dia e 13% permanecem durante dois dias. Nos meios de comunicação pelos quais conheceram o roteiro, 40% dos entrevistados responderam ter conhecimento do roteiro através de amigos, 30% através de agências e 30% por meio dos folders.

Essa caracterização foi essencial para conhecer um pouco do público visitante. Contudo os proprietários poderiam ter essa análise mais aprofundada se existissem registros com a data, a quantidade e procedência dos turistas, possibilitando informações mais consistentes que guiassem a elaboração de um plano de marketing.

Dando seqüência ao processo de planejamento, em 2002, através de técnicos do SEBRAE e da Prefeitura Municipal de Jaguari, foi proposta uma revitalização do roteiro, devido à sobra de verbas da primeira fase do projeto⁴. Nestas circunstâncias, programou-se um seminário para elaboração de um planejamento estratégico de continuidade do Programa

² Segundo Beni (1998, p. 159) oferta turística é o “conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido mais amplo, numa estrutura de mercado”.

³ Segundo Ruschmann (1997, p.150), “para os núcleos receptores, o conhecimento da demanda é fundamental para o dimensionamento atual e as projeções para o futuro”.

⁴ Em relação ao aspecto financeiro, a Prefeitura repassa para o SEBRAE o valor estipulado para a realização das ações do PRODER. No caso, algumas dessas ações não foram realizadas ou foram feitas com custos menores que o previsto, acarretando a sobra de recursos para a revitalização do Roteiro.

de Desenvolvimento de Emprego e Renda (PRODER) em Jaguari, denominado REPRODOR. A revitalização teve duração de três meses com algumas ações que foram desenvolvidas através de comitês formados pelos empreendedores e consultores do Roteiro.

3.2 Situação Atual

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

Nesse sentido,

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

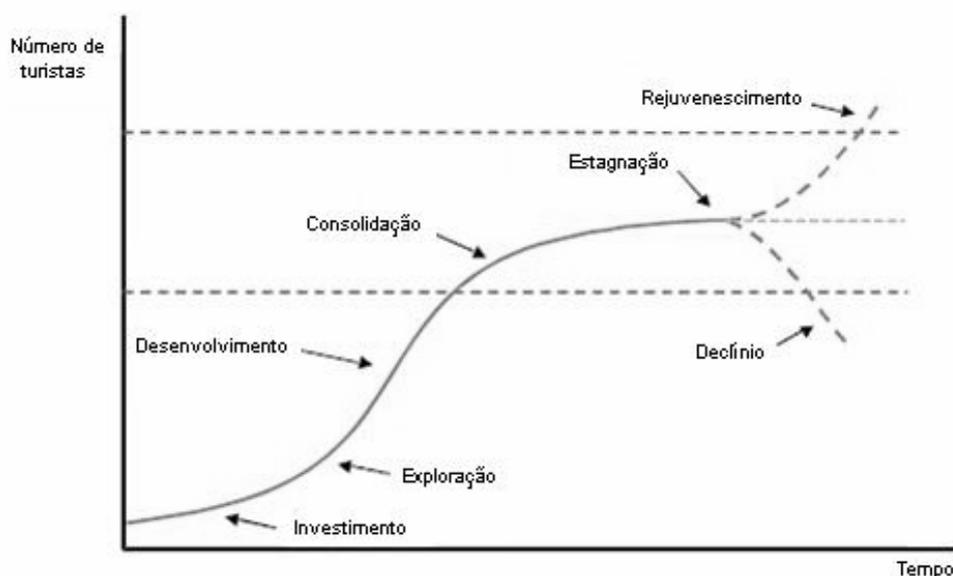


Figura 1 - Ciclo de vida de uma destinação turística
Fonte: Ruschmann (1997, p.103) citando Butler (1980).

De acordo com a Figura 1, a primeira fase do ciclo se refere aos investimentos. No turismo rural, esses se dão somente para suprir algumas carências da propriedade para tornar possível a recepção de visitantes, e na maioria das vezes não são feitos investimentos valorativos, pois o turismo no espaço rural utiliza recursos existentes na própria propriedade ou reconverte os mesmos.

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

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

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

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

Com isso, pode-se dizer que, segundo o ciclo de vida apresentado na Figura 1, o Roteiro Nostra Colônia passou da fase de desenvolvimento diretamente à fase denominada estagnação. Esta é marcada pela perda de prestígio de uma destinação que não desperta mais o interesse em novos consumidores. Segundo Beni (2003, p. 209), neste estágio, o produto “mantém-se debilmente em face de um fluxo sedentário residencial não renovável e decadente; não há conquista de novos mercados”. Ainda complementa que, “políticas, diretrizes e metas não são atingidas por não encontrarem ressonância no sistema de turismo”.

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

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

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

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

3.3 Atuação do SEBRAE

O processo de planejamento realizado pelo SEBRAE ocorreu de forma adequada seguindo as bibliografias que tratam do tema. Contudo, notaram-se algumas falhas nas atividades desencadeadas no interior de cada etapa do planejamento.

Um dos fatores ausentes no processo de planejamento foi o marketing turístico. O marketing possui elevada importância, já que, nas palavras de Barretto (1999, p.15), “coordena as atividades do planejamento, organização, execução e controle das ações de troca entre produtores e consumidores”. Nesse sentido, o marketing não é algo que venha a complementar a atividade turística, pois, faz parte da sua própria existência.

O marketing está intimamente relacionado com a demanda turística, pois se direciona a atender aos desejos e expectativas de um público. Mas não somente isso. Administra questões de pesquisas como produto a ofertar, para quem ofertar, por quanto e como.

Todavia, o que ocorreu no planejamento do Roteiro Nostra Colônia foi a elaboração de um plano de vendas, que se diferencia do marketing por estar focalizado na figura do vendedor. O que caracteriza o plano de vendas é que este estaticamente se volta à comercialização do produto, ou seja, só entra em cena depois que o produto já está formatado. Ao contrário do marketing, não realiza pesquisas para saber a opinião do cliente, se o produto é adequado e satisfaz seus desejos e necessidades ou não.

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

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

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

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

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

O que se quer demonstrar é que,

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

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

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

3.4 Atuação do Poder Público

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

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

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

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

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

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

Contudo, na investigação em Jaguari-RS, deparou-se exatamente com esta situação. No decorrer do processo de planejamento do turismo no município, houve mudança na administração municipal devido às eleições, prejudicando o desenvolvimento pleno da atividade turística.

O interesse pelo turismo no município se deu através da administração atuante nos anos de 1997-2000. Foi nesse período que a administração municipal mais se preocupou com esta atividade, tanto como um setor propício para ser explorado na localidade, quanto uma forma de desenvolvimento.

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

Com isso, apesar de alguns aspectos merecerem maior interesse e atenção do poder público e órgãos que sejam planejadores do turismo, é perceptível que a Prefeitura apoiou e investiu na atividade. Os resultados positivos visíveis foi um aumento na renda familiar, a

valorização do espaço pelas próprias famílias e uma maior sociabilização devido ao contato com pessoas provenientes de outros lugares.

Em contraposição à administração anterior, a administração vigente nos dias atuais não prioriza a atividade turística. Segundo a opinião dos proprietários, isso se deve aos conflitos entre partidos opostos. Essa explicação não é descartada, já que se sabe que esses conflitos ocorrem frequentemente na política. Contudo, seria complicada sua verificação.

No tocante aos investimentos e apoio, a prefeitura, no início do Roteiro, era mais ativa nestes aspectos. A própria administração atual reconhece isso. Todavia, complementa que a Prefeitura investiria mais se houvesse projetos concretos com certeza de resultados, seja a curto ou longo prazo. Contudo, lamentam não ter encontrado pessoal qualificado, ou seja, não existe na prefeitura quem trabalhe exclusivamente com o turismo.

Mas, esse fato não deve ser tido como o responsável pelo descaso da prefeitura perante a atividade turística. E, diante dessa situação, o que se pode concluir é que o único responsável por isto acontecer é a própria prefeitura.

Assim, o que se pode constatar é o declínio do turismo rural no município caso a imagem restrita que o poder público tem desta atividade persistir. Mas, sabe-se que Jaguari não é o único município em que ocorre esse tipo de problema. As políticas públicas voltadas ao setor são recentes. Por não ter uma força tão grande e pela falta de experiências consolidadas nessa modalidade de turismo, várias prefeituras vem resistindo ao desenvolvimento da atividade por não terem a certeza de resultados positivos em curto prazo.

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

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

4 Considerações finais

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Assim, o que se pode concluir foi que houve uma administração que impulsionou o turismo no município, fornecendo todo apoio necessário nesse setor. Porém outro partido assumiu a administração atual e as ações realizadas em benefício à atividade foram suspensas. Em fatos concretos, antigamente existia uma secretaria que cuidava do setor turístico, havia acompanhamento aos proprietários do roteiro, firmou-se parceria com o SEBRAE. Nos dias atuais, não existe pessoa responsável pela secretaria na qual está incluído o turismo, e também não se perceberam iniciativas para que isto fosse resolvido.

Assim, deveriam existir políticas de fomento, apoio e incentivo em favor do desenvolvimento do turismo no município. Com isso, a comunidade seria beneficiada, obtendo mais oportunidade de reverter a situação atual. Se no início os proprietários criaram

expectativas quando os grupos de excursões começaram a chegar ao município, atualmente se encontram frustrados pelo desinteresse para com eles. Desse modo, seria fundamental políticas que assegurassem o apoio da atividade independentemente do partido político atuante.

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

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

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

Por estarem mais perto da realidade e pelas relações que são maiores em cidades pequenas, o próprio município tem condição de revitalizar a atividade. Para isso, a sensibilização do poder público em relação ao turismo deve ocorrer eminentemente. A Secretaria de Turismo necessita de quadro funcional qualificado na área. A comunidade necessita ter maior participação no momento de escolha dos setores que serão priorizados em um período de administração municipal.

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

5 Referências bibliográficas

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

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

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

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

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

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

DREHER, Marialva Tomio. Planejamento do turismo em áreas não-urbanas: envolvendo a comunidade. In: Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento

Sustentável, 4, 2003, Joinville, **Anais...**As políticas públicas e ações privadas no turismo rural. Joinville: IELUSC, 2004. p. 241 - 249.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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