

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL – UCS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE –
MESTRADO E DOUTORADO**

CAROLINA RIZZON DA SILVEIRA

**INFLUÊNCIA DA GOVERNANÇA NA CONSOLIDAÇÃO DE UMA ROTA
TURÍSTICA E A FORMAÇÃO DE PRODUTO TURÍSTICO POR MEIO DA
PRODUÇÃO ORGÂNICA**

CAXIAS DO SUL

2021

CAROLINA RIZZON DA SILVEIRA

**INFLUÊNCIA DA GOVERNANÇA NA CONSOLIDAÇÃO DE UMA ROTA
TURÍSTICA E A FORMAÇÃO DE PRODUTO TURÍSTICO POR MEIO DA
PRODUÇÃO ORGÂNICA**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade. Linha de pesquisa: Turismo, Organizações e Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Pedro de Alcântara Bittencourt César.

CAXIAS DO SUL

2021

FICHA CATÁLOGRÁFICA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

S587i Silveira, Carolina Rizzon da

Influência da governança na consolidação de uma rota turística e a formação de produto turístico por meio da produção orgânica [recurso eletrônico] / Carolina Rizzon da Silveira. – 2021.

Dados eletrônicos.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2021.

Orientação: Pedro de Alcântara Bittencourt César.

Modo de acesso: World Wide Web

Disponível em <https://repositorio.ucs.br>

1. Turismo rural. 2. Turismo. 3. Agricultura orgânica. I. César, Pedro de Alcântara Bittencourt, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 338.48-44(1-22)

Catálogo na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)
Carolina Machado Quadros - CRB 10/2236

CAROLINA RIZZON DA SILVEIRA

**INFLUÊNCIA DA GOVERNANÇA NA CONSOLIDAÇÃO DE UMA ROTA
TURÍSTICA E A FORMAÇÃO DE PRODUTO TURÍSTICO POR MEIO DA
PRODUÇÃO ORGÂNICA**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade. Linha de pesquisa: Turismo, Organizações e Sustentabilidade.

Aprovado em 22 de março de 2021.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Pedro de Alcântara Bittencour César (Orientador)

Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dra. Susana de Araújo Gastal

Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Ari da Silva Fonseca Filho

Universidade Federal Fluminense

RESUMO

No atual cenário do consumo de alimentos, a produção de orgânicos se destaca pelo crescimento da produção e consumo deste tipo de alimento. Unindo as intenções de consumo e o desejo deste novo perfil de visitante, a formação de um produto turístico, com vista na aproximação do ser com o meio ambiente, poderá se destacar e obter sucesso. Neste estudo acerca de uma rota turística com apelo à produção de alimentos orgânicos, se baseia no entendimento e observação da governança. Soma-se o acompanhamento do planejamento do produto turístico e a sua consolidação com intuito de analisar as confluências entre suas práticas e suas teorias. O início do estudo se baseou no seguinte questionamento: Existe influência da governança na consolidação de uma rota turística e na formação do produto turístico? Esta pesquisa possui uma abordagem qualitativa, com objetivos exploratórios aplicada com procedimentos técnicos partindo da pesquisa bibliográfica e coletando dados através de entrevista constituída por perguntas semiestruturadas. Recentemente, novas modalidades de turismo surgiram e se destacam atividades em áreas naturais. O turismo no espaço rural configura-se como um meio de agregar renda aos estabelecimentos localizados no interior. O planejamento do espaço e do produto turístico deverá ser notório para possível sucesso e procura dos turistas. Como alternativas de atividades turísticas, as propriedades que realizam, na vida cotidiana, a prática da agricultura também poderão oferecer diferentes tipos de serviços. No período em que a pesquisa foi realizada, se apresentavam associados nove empreendimentos componentes da Rota Via Orgânica, caracterizados como vinícolas, restaurantes, indústrias e meios de hospedagem, que tinham como objetivo promover o cultivo do alimento orgânico por meio do turismo. Para origem da Rota Via Orgânica, os empreendimentos interessados em realizar atividades além do manejo agrícola, incluindo produção de alimentos e bebidas orgânicos, foram visitados e diagnosticados a partir de uma análise estratégica com objetivo de verificar a capacidade de inserção de atividade turística. Percebe-se a forte influência da governança a partir da participação ativa do Sebrae, da Secretaria Municipal do Turismo de Garibaldi e dos empreendedores envolvidos em todos os processos desde a origem até a consolidação ativa percebida até os dias que encerram esta pesquisa. O planejamento demonstrou-se fundamental aliado à governança na criação da Rota Via Orgânica, predispondo organização, assertividade, regularidade e consolidação da rota turística. Imprescindível a necessidade de estudos em torno do turismo rural vinculado a gastronomia, principalmente voltados ao nicho gastronômico que incute a cultura de determinada população. O potencial observado pela união da gastronomia ao turismo demonstra-se proeminente possibilitando a afirmação da tradição, diferencial turístico e valorização da sociedade que habita a região turística.

Palavras-chave: Planejamento turístico. Turismo rural. Governança. Garibaldi – RS/Brasil. Produto orgânico.

ABSTRACT

In the current scenario of food consumption, organic production stands out due to the growth in production and consumption of this type of food. Joining consumption intentions and the desire of this new visitor profile, the formation of a tourist product, with a view to bringing people closer to the environment, can stand out and be successful. In this study about a tourist route that calls for organic food production, it is based on the understanding and observation of governance. Added to the monitoring of tourism product planning and its consolidation in order to analyze the confluences between its practices and its theories. The beginning of the study was based on the following question: Is there an influence of governance in the consolidation of a tourist route and in the formation of the tourism product? This research has a qualitative approach, with exploratory objectives applied with technical procedures based on bibliographic research and collecting data through an interview consisting of semi-structured questions. Recently, new types of tourism have emerged and activities in natural areas stand out. Rural tourism is a means of adding income to establishments located in the countryside. The planning of the space and the tourism product should be known for possible success and demand from tourists. As alternatives for tourist activities, the properties that carry out, in daily life, the practice of agriculture may also offer different types of services. In the period in which the research was carried out, nine developments comprising the Via Organic route were associated, characterized as wineries, restaurants, industries and lodging facilities, which aimed to promote the cultivation of organic food through tourism. For the origin of the Via Orgânica Route, enterprises interested in carrying out activities in addition to agricultural management, including the production of organic food and beverages, were visited and diagnosed from a strategic analysis with the objective of verifying the capacity for insertion of tourist activity. The strong influence of governance can be seen from the active participation of Sebrae, the Municipal Secretariat of Tourism of Garibaldi and the entrepreneurs involved in all processes from the beginning to the active consolidation perceived until the days that close this research. Planning proved to be fundamental allied to governance in the creation of the Route Via Orgânica, predisposing organization, assertiveness, regularity and consolidation of the tourist route. The need for studies on rural tourism linked to gastronomy is essential, mainly focused on the gastronomic niche that instills the culture of a certain population. The potential observed by the combination of gastronomy and tourism is shown to be prominent, enabling the affirmation of tradition, a tourist differential and the appreciation of the society that inhabits the tourist region.

Keywords: Tour Planning. Rural Tourism. Governance. Garibaldi – RS/Brasil. Organic Product.

Listas de ilustrações

Ilustração 1- Mapa de Garibaldi - RS	10
Ilustração 2 - Mapa Via Orgânica	43
Ilustração 3 – Entrada da propriedade Econatura	44
Ilustração 4 – Produtos Econatura	45
Ilustração 5 – “Ecopipa” na propriedade da Econatura	45
Ilustração 6 – Entrada do empreendimento Sabor Ecológico.....	46
Ilustração 7 – Produtos orgânicos comercializados no Sabor Ecológico.....	46
Ilustração 8 – Comércio Davida Raízes do Sabor.....	47
Ilustração 9 – Alguns produtos para alimentação Davida Raízes do Sabor.....	47
Ilustração 10 – Espumante Orgânico Família Boroto.....	48
Ilustração 11 – Alguns produtos da tábua de frios Família Boroto.....	48
Ilustração 12 – Sucos de frutas Orgânicos Mariani.....	49
Ilustração 13 – Molhos de tomate Orgânicos Mariani.....	49
Ilustração 14 – Quartos individuais no empreendimento Sítio Crescer.....	50
Ilustração 15 – Espaço de lazer no empreendimento Sítio Crescer.....	50
Ilustração 16 – Entrada no empreendimento Sítio Crescer.....	51
Ilustração 17 – Trator utilizado no “sitiotur” no Sítio Crescer.....	51
Ilustração 18 – Ovelhas criadas na propriedade Sítio do Celo.....	52
Ilustração 19 – Hortifrutis orgânicos produzidos na propriedade Sítio do Celo.....	52
Ilustração 20 – Imagem de parte do percurso na trilha da propriedade Sítio do Celo.....	53
Ilustração 21 – Paisagem natural no percurso na trilha da propriedade Sítio do Celo.....	53
Ilustração 22 – Entrada da propriedade Valle Rustico e o Chef Rodrigo Bellora.....	54
Ilustração 23 – Estrutura externa do Serviço de alimentação Valle Rustico.....	54
Tabela 1 – Empreendimentos e descrições dos serviços	36

SUMÁRIO

<u>1</u>	<u>INTRODUÇÃO</u>	9
<u>1.1</u>	<u>JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DA PESQUISA</u>	11
<u>1.2</u>	<u>OBJETIVOS</u>	12
<u>1.2.1</u>	<u>Objetivo Geral</u>	10
<u>1.2.2</u>	<u>Objetivos Específicos</u>	11
<u>2</u>	<u>REFERENCIAL TEÓRICO</u>	14
<u>2.1</u>	<u>PLANEJAMENTO TURÍSTICO</u>	14
<u>2.1.1</u>	<u>Planejamento turístico no meio rural</u>	15
<u>2.1.2</u>	<u>Planejamento turístico, rotas e roteiros</u>	18
<u>2.2</u>	<u>PRODUTO TURÍSTICO, PRODUÇÃO ORGÂNICA E GASTRONOMIA NO ESPAÇO RURAL</u>	20
<u>2.2.1</u>	<u>A gastronomia e a produção orgânica como produto turístico</u>	21
<u>2.2.2</u>	<u>Desenvolvimento sustentável ambiental e financeiro</u>	18
<u>2.3</u>	<u>PLANEJAMENTO TURÍSTICO E GOVERNANÇA</u>	22
<u>2.3.1</u>	<u>Governança e o planejamento turístico no meio rural</u>	26
<u>3</u>	<u>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</u>	28
<u>3.1</u>	<u>OBJETO DE ANÁLISE</u>	34
<u>3.2</u>	<u>DEFINIÇÃO DO SUJEITO</u>	36
<u>3.3</u>	<u>CARACTERÍSTICAS DOS LOCAIS DE COLETA DE DADOS</u>	41
<u>3.3.1</u>	<u>Garibaldi</u>	41
<u>3.3.2</u>	<u>Rota Via Orgânica</u>	42
<u>4</u>	<u>DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA</u>	56
<u>5</u>	<u>CONCLUSÃO</u>	60
	<u>REFERÊNCIAS</u>	65

<u>APÊNDICE 1 – QUESTÕES UTILIZADAS PARA GUIAR A ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA</u>	72
---	----

<u>ANEXO 1 – REGULAMENTO INTERNO VIA ORGÂNICA</u>	73
---	----

1 INTRODUÇÃO

No atual cenário do consumo de alimentos, a produção de orgânicos se destaca pelo crescimento da produção e consumo deste tipo de alimento. Os consumidores possuem mais informações em relação à rastreabilidade, processos envolvidos desde a seleção das matérias primas até a transformação dos alimentos em produtos, entre outros fatores que incidem a busca e manutenção de sua saúde. No estudo de Andrade e Bertoldi (2012) os resultados encontrados demonstram a preocupação com a saúde de consumidores de alimentos orgânicos, assim como acreditam que exista maior conteúdo de nutrientes e sabor mais pronunciado do que os alimentos convencionais. Apontam os estudos que estas foram as maiores motivações para o consumo de frutas e hortaliças orgânicas.

Visto que a alimentação compõe as necessidades fisiológicas e sociais do ser humano podendo se vincular ao turismo através de uma proposta de experiência, para o visitante, por meio de atrativos ou produtos turísticos baseados em todo o entorno do ato de se alimentar, desde as formas de cultivo até a consumação dos alimentos.

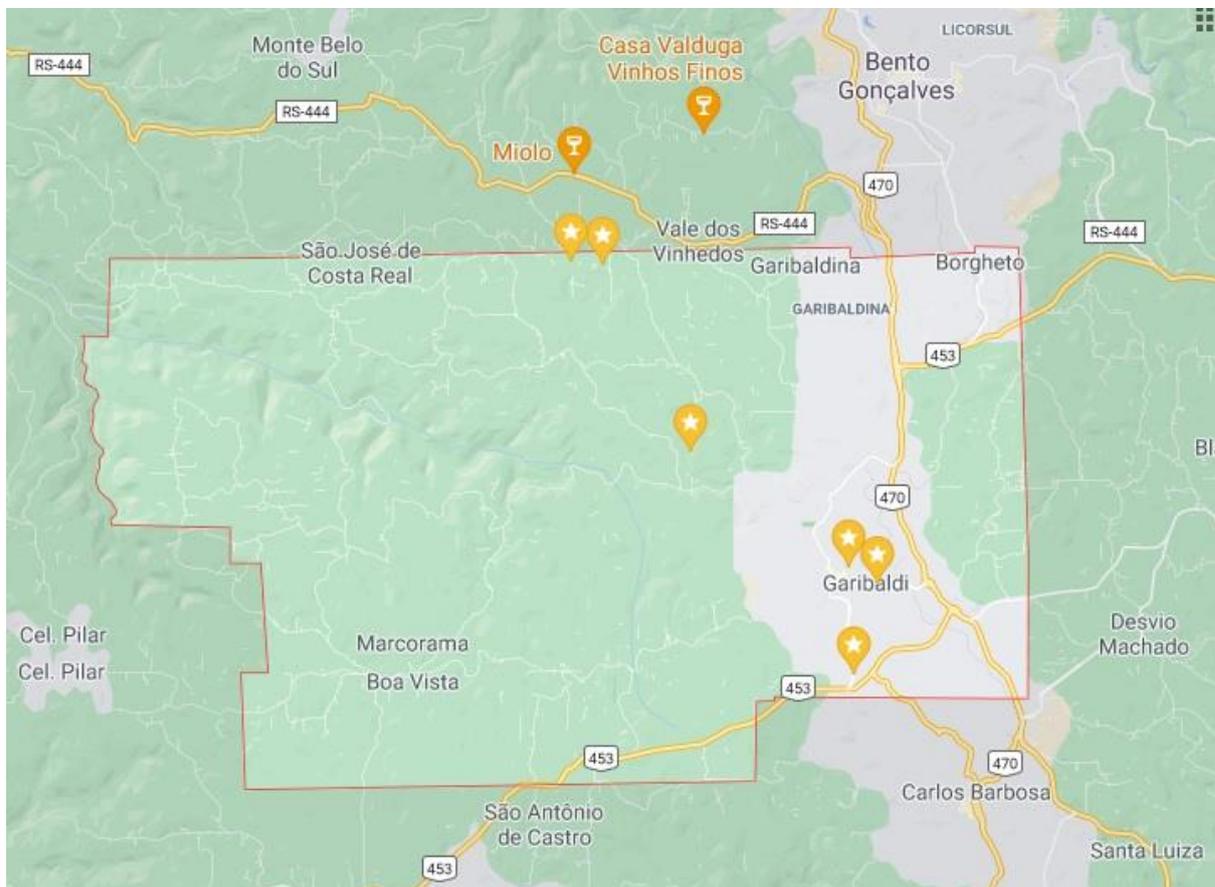
Além destas possibilidades, dentro do turismo, encontramos pessoas que buscam o reencontro com as práticas antigas de vivência bucólica e o maior contato com a natureza. Unindo as intenções de consumo e o desejo deste novo perfil de visitante, a formação de um produto turístico, com vista na aproximação do ser com o meio ambiente, poderá se destacar e obter sucesso. A pesquisa de Gheorghe, Tudorache e Nistoreanu (2014) demonstra que, hoje em dia, os turistas são mais experientes, muitos dispoem de mais recursos para viajar, têm mais tempo livre e através do turismo, podem escapar da rotina diária de suas vidas, mergulhando em um mundo totalmente novo, cheio de liberdade e coisas novas. A gastronomia configura-se como uma experiência nova nestas buscas.

O turismo é uma área multidisciplinar em que a gastronomia poderá sobressair envolvendo as práticas agrícolas, os produtos resultantes de processos que não utilizam agroquímicos, possibilitando distintos atrativos e produtos turísticos. Visto que a gastronomia se une ao turismo, no meio rural, são realizadas funções cotidianas que englobam desde os processos de produção do alimento até a vivência real a partir de refeições, incluindo os tipos de alimentos e a forma de servir, que remetem à cultura local de determinada região.

Com o objetivo de união entre a gastronomia e o turismo, se origina a Rota Via Orgânica. Lançada ao mercado no ano de 2016, destacando a gastronomia, a cultura local e o respeito pelo meio ambiente com fins de sustentabilidade natural. Este estudo sobre uma rota turística com apelo à produção de alimentos orgânicos, se baseia no entendimento e observação da governança. Soma-se o acompanhamento do planejamento do produto turístico e a sua consolidação com intuito de analisar as confluências entre suas práticas e suas teorias.

Adota-se como recorte de estudo a Rota Via Orgânica, que se localiza em Garibaldi, no Rio Grande do Sul, Brasil e de acordo com Scherer *et al.* (2017, p. 6), o município possui tradição no desenvolvimento de produtos turísticos baseados na gastronomia e em produtos agroalimentares. Este município, localizado no nordeste do estado possui área geográfica 169,2 Km² e apresenta uma população total: 30.689 pessoas, sendo urbana 27.213 e rural 3.476 (IBGE, 2011). Como pode ser percebido na figura que segue, Garibaldi está localizada entre Bento Gonçalves e Carlos Barbosa.

Ilustração 1 – Mapa de Garibaldi - RS



Fonte: Google Maps (2021)

A Rota Via Orgânica configura-se prioritariamente em um cenário rural com atrativos e atividades potenciais específicas e diferenciadas se revelando por meio de nove empreendimentos. A consolidação de uma rota turística em espaço rural poderá ser influenciada pelas ações da governança? Quais seriam os atores envolvidos e como acontece a elaboração do produto turístico neste meio? Tendo como objeto de análise a Rota Via Orgânica, tem-se o intuito de esclarecer os processos de planejamento, a influência da governança na consolidação da rota e a formação do produto turístico para comparação com referências bibliográficas e possíveis aprimoramentos da rota e dos estabelecimentos envolvidos na pesquisa.

1.1 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DA PESQUISA

O turismo pode se configurar como uma atividade complexa, a qual possibilita diferentes ofertas e demandas. Com o advento da tecnologia, mudanças sociais e econômicas que aconteceram a partir da metade do século XX, resultaram no interesse pelo resgate das práticas bucólicas e retomada de uma vida saudável pelos indivíduos que residem nos grandes centros urbanos (LIEDKE; COSTA, 2003, p. 125)

Atualmente está sendo observado o interesse demonstrado por turistas que se reflete no aumento de propostas turísticas no meio rural. O ano de 2020 foi instituído pela Organização Mundial de Turismo (OMT) como o ano Internacional do Agroturismo e do Turismo Rural, sendo um dos setores mais relevantes no contexto pós-pandemia, impulsionado pelas preferências dos consumidores por viagens de curta distância e atividades ao ar livre (BRASIL, 2020). Localizada no Município de Garibaldi, a Rota Via Orgânica traz a proposta turística que se baseia em práticas agrícolas com manejo orgânico certificado.

No desenvolvimento de uma rota é fundamental o planejamento. Conforme César (2011, p. 108), para um planejamento turístico com ênfase em estratégia regional é necessário um modelo que preveja, em princípio, a definição de objetivos a serem alcançados e das diretrizes que orientarão o projeto. Diagnosticando aspectos materiais e imateriais, diretos e indiretos que se relacionam com a atividade turística, se obtém a possibilidade de conceder um cenário ideal apoiado em programas com ações prioritárias, subdivididos em áreas como a expansão física, programas funcionais, políticos e organização.

A importância da análise do planejamento da rota, assim como o desenvolvimento do seu produto turístico, apoiados pela influência dos atores envolvidos podem se tornar vitais para uma rota que se autodenomina pioneira nesta proposta turística, no Brasil. Em cunho global foram encontradas ofertas similares em diferentes países se utilizando do conceito ecoturismo. Estudos internacionais mostraram que, fazendas envolvidas na produção de produtos orgânicos tem um potencial significativo para o desenvolvimento do turismo orgânico usando elementos de sustentabilidade ambiental (DIACONESCU; MORARU; STANCIULESCU, 2016).

A partir desta pesquisa, que possui intuito de colaborar com a evolução, o incentivo à expansão e o crescimento sustentável da Rota Via Orgânica, se torna fundamental em vista de aproximar a teoria da academia comparada com a prática e que os resultados deste estudo possam proporcionar soluções e estratégias à rota.

O produto turístico se define resultante de muitos produtos ou serviços oferecidos por diferentes ramos. Nas possibilidades que se acercam, as matérias físicas, como as produções resultantes de plantios agrícolas, tanto quanto as experiências de vida proporcionadas pelas práticas do turismo. A forma de manejo na produção de alimentos tem sido utilizada para compartilhamento de conhecimento, alternativa para melhor qualidade de vida e conjugadas ao turismo como um atrativo cultural.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Compreender a formação do produto turístico a partir da atuação dos atores, na configuração da governança, para existência da rota no meio rural com ênfase em produtos provenientes da produção orgânica.

1.2.2 Objetivos Específicos

a) Comparar referenciais teóricos do planejamento turístico com o estudo prático (da Rota) confrontando com bases teóricas.

b) Identificar a influência de outros atores (externos do Roteiro) que estiveram envolvidos com o planejamento e a execução de origem da Rota Via Orgânica.

c) Analisar valores constituídos na formação do produto turístico dos estabelecimentos associados à Rota Via Orgânica e principalmente quanto da existência de uma ideologia fundante com apelo na produção de alimentos e bebidas produzidos com manejo orgânico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para a produção do referencial teórico e compreensão do tema, apresentam-se estudos sobre planejamento turístico, a formação do produto turístico no meio rural e as possíveis contribuições a partir da governança. As questões que envolvem a projeção de uma rota, neste trabalho, são observadas a partir da formação dos produtos turísticos através da produção de alimentos e bebidas de manejo orgânico.

2.1 PLANEJAMENTO TURÍSTICO

A organização de pensamentos para o desenvolvimento de um projeto, uma ação, uma intervenção, pode configurar os termos de um planejamento. Diferentes são as formas de estruturar uma planificação, visto que existem ferramentas que podem auxiliar nestes processos. Muito além de ferramentas existem métodos, atores e demandas diferentes que direcionam um plano e seus diversos resultados. O estudo do planejamento poderá ser a chave para o entendimento de sua viabilidade e possível sucesso de um ato ou efeito.

Vinculado ao estudo em questão, abrangemos sobre o planejamento turístico. A elaboração de um plano, dentro do turismo, não acontece apenas de maneira prática. Diversos agentes poderão estar envolvidos em sua formulação, destacamos, o Estado, sendo o principal ator que irá atentar pela legislação e poderá atender “pelo planejamento necessário ao desenvolvimento da infraestrutura básica que proporcionará o bem-estar da população residente e dos turistas” (RUSCHMANN, 1997). De acordo com Solha (2006, p. 89), irá ao encontro conforme sua abrangência e complexidade, cabe ao Estado estabelecer as políticas em diferentes ramos que são tocados pela atuação do governo.

De acordo com Hall (2004) o “Estado” constitui-se por um conjunto de mecanismos incluindo servidores públicos/ civis, não eleitos e a demasia de normas, regulamentações, leis e convenções que circundam o governo e as ações privadas, tendo como principais associações os deputados eleitos, departamentos e autoridades judiciais, o Judiciário, os órgãos fiscalizadores, demais esferas do governo, empresas e corporações do governo, autoridades regulamentadoras entre outros membros.

O início de um planejamento começa orientado pelos objetivos e criação de normas que são reflexos das bases de uma sociedade. Segundo a autora, “[...] pode-se entender política como, principalmente, uma forma de gerenciamento de interesses diversos, em torno de um objetivo” (SOLHA, 2006, p. 89).

O planejamento turístico está em constante transformação visto que não sendo inerte, corrobora Angeli (1991) é uma sucessão de muitos fatores concomitantes com desígnios presentes e futuros coordenados, dentro deste processo dinâmico, requer constante reflexão mesmo após direcionadas as metas de ação.

Tendo em vista estas referências, os conceitos estudados e expostos são levados em consideração na análise dos dados coletados pela pesquisa deste estudo, o qual, busca a aproximação da prática realizada na Via orgânica comparada aos conceitos teóricos de especialistas da área.

2.1.1 Planejamento turístico no meio rural

Em princípio, para realização de um planejamento turístico, é indispensável a obtenção de um espaço sendo este, o objeto de análise composto de seus elementos como a paisagem, a localidade física, os atores envolvidos e tudo que consiste esse meio (CÉSAR, 2011, p. 70-71).

O presente estudo analisa uma rota turística localizada no interior da cidade de Garibaldi – RS/ Brasil, constituindo-se de um espaço rural. De acordo com Braga; Remoaldo e Fiúza (2016) as definições rurais, em instituições acadêmicas e outras, geraram nas últimas décadas uma ampla discussão sem definição de consenso. Nesta pesquisa, o espaço rural é definido como uma região formada pelas áreas não urbanas, caracterizando-se pela não formação de cidades ou adensamentos populacionais, onde as atividades produtivas provêm dos recursos naturais como a agricultura, pecuária e extrativismo. Corroboram Souza e Klein (2019, p. 13):

Rural: uma sociedade ou comunidade pode ser classificada como rural, e não urbana, pelos seguintes critérios, que indicam áreas de um *continuum*: menor densidade demográfica, menor diferenciação social, menor mobilidade social; agricultura como ocupação principal; posse da terra como o centro convergente do sistema político-econômico.

Os atributos encontrados no meio rural poderão ser contemplados através da gastronomia, o patrimônio natural e cultural, os costumes, assim como as

possibilidades de lazer e descanso que tem chamado a atenção de muitos habitantes das cidades (SOUZA; KLEIN; RODRIGUES, 2019, p. 26). Dentro deste contexto, os autores ressaltam a proliferação de diversas modalidades do turismo (agroturismo, ecoturismo, turismo rural, turismo cultural), possibilitando uma nova configuração aos espaços rurais. O objeto em estudo está composto por empreendimentos que possibilitam aos visitantes a experiência de vivenciar práticas bucólicas relacionadas aos processos de produção orgânica de alimentos e bebidas. Observa-se uma integração entre o rural e o urbano desde as origens do planejamento, momento o qual acompanhou-se de ações entre sujeitos residentes dos dois espaços.

A alegação acima citada respalda-se pela Rota Via Orgânica, o objeto deste estudo, estar diretamente atrelada a diferentes atores que representam instituições públicas e privadas. Em virtude desta constatação, se pode analisar o Plano Plurianual (2018 a 2021) da Prefeitura Municipal de Garibaldi/RS, Lei nº 5000/2017 (GARIBALDI, 2017), dentro do Programa Fortalecimento das Rotas Turísticas existentes e criação de novos roteiros. Uma das ações vinculadas à Rota Via Orgânica descreve o seguinte:

Qualificar e ampliar a 'Estrada do Sabor', fomentando o crescimento e a constante qualificação do turismo rural e incentivando a que outras famílias venham se incorporar ao projeto. Valorizar a cultura da imigração italiana, bem como a produção artesanal, bem como, a 'Via Orgânica'. (GARIBALDI, 2017, s. p.).

Tendo como órgão responsável a Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, possui como objetivo:

[...] implantar e fomentar produtos turísticos sustentáveis, que visem resgatar e preservar a história de Garibaldi, além de ampliar o fluxo de turistas e os impactos positivos da atividade turística". Garibaldi já possui uma série de produtos turísticos de qualidade, que precisam de manutenção e fomento. O turista está ávido por novidades e busca, cada vez mais, atrativos culturais e turísticos. A comunidade deve se sentir beneficiada com o fluxo turístico gerado e participativa no desenvolvimento dessa atividade. (GARIBALDI, 2017, s. p.).

Recentemente, novas modalidades de turismo surgiram e se destacam atividades em áreas naturais. O turismo no espaço rural configura-se como um meio de agregar renda aos estabelecimentos localizados no interior.

Considerando a afirmação de Novaes (2003, p. 29) as atividades em meio rural podem representar uma ferramenta para conservação e manutenção dos recursos naturais de determinada região. Não somente os valores relacionados à sustentabilidade do meio ambiente, mas sim, o turismo rural, poderá proporcionar uma fonte complementar financeira aos proprietários destes empreendimentos.

O planejamento do espaço e do produto turístico deverá ser notório para possível sucesso e procura dos turistas. Como alternativas de atividades turísticas, as propriedades que realizam, na vida cotidiana, a prática da agricultura também poderão oferecer diferentes tipos de serviços.

Analisando as necessidades básicas e a busca por novas experiências em meio à natureza, existem possibilidades variadas na oferta de produtos turísticos como hospedagem, alimentação, comércio de produtos locais, assim como, proporcionar aos turistas a vivência das rotinas agrícolas.

De acordo com Sessa (1983) *apud* Gomes (2010, p. 21), o produto turístico é resultado de um conjunto de atividades e serviços relativos à alimentação e bebidas, aos alojamentos, aos transportes, aos produtos de artesanato local e às visitas para divertimento, atividades ligadas a atrativos naturais ou culturais. Deste modo, os recursos naturais e atividades culturais transformam-se em bens produtivos, integrando-se ao processo de crescimento da economia. Sendo assim, o turismo representa um conjunto de atividades produtivas interligadas que influenciam os demais setores econômicos.

A oferta de serviços relacionados à hospitalidade em ambiente rural, de acordo com o Ministério do Turismo (2010) possibilita que as características rurais possam ser interpretadas de outra forma além da produção primária de alimentos, agregando as práticas comuns da vida campesina, como manejo de criações, manifestações culturais e a própria paisagem, tornam-se importantes componentes do produto turístico rural e, conseqüentemente, valorizadas por isso. Ora a agregação de valor também se faz presente pela possibilidade de verticalização da produção em pequena escala, ou seja, beneficiamento de produtos in natura, transformando-os para que possam ser oferecidos ao turista, sob a forma de conservas, embutidos, produtos lácteos, refeições e outros.

A importância do planejamento turístico no espaço rural inicia na concepção do espaço e quais atrativos poderão ser trabalhados para que ocorra a oferta e a demanda do local. Conforme Silva e Rudzewicz (2012, p. 215), o planejamento irá

requerer muita dedicação, constante manutenção para refletir resultados à longo prazo, sendo que deverá ser incluída a sociedade local rural esclarecida sobre o poder de decisão que possui para o desenvolvimento da proposta turística em seus espaços.

De acordo com Ruschmann (1997), o planejamento turístico deve compreender não apenas um recurso ou uma localidade, mas todo seu entorno, desta forma poderão apresentar-se dificuldades sendo importante considerar as regiões geograficamente homogêneas ao contrário de equivaler as propostas de acordo com limites políticos ou administrativos, favorecendo a tomada de decisão para consolidação de componentes de uma rota ou roteiro turístico.

2.1.2 Planejamento turístico, rotas e roteiros

Para iniciarmos este capítulo é necessário o esclarecimento sobre os conceitos de roteiro e rota. De acordo com o Ministério do Turismo o roteiro turístico pode ser entendido como:

[...] itinerário caracterizado por um ou mais elementos que se relacionam por similaridades que lhe atribuem uma identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. (BRASIL, 2007a, p. 13).

Reforça-se a rota turística configurada como um percurso continuado e delimitado tendo sua identidade relacionada pela utilização turística, tendo como pressuposto que os empreendimentos que a compõem estejam correlacionados (BRASIL, 2007). Observada a definição de roteirização do Ministério do Turismo, acima citada, “pode-se dizer que a roteirização turística é o processo que visa propor, aos diversos atores envolvidos com o turismo, orientações para a constituição dos roteiros turísticos.” (BRASIL, 2007a, p. 13). Neste estudo, os conceitos roteiro e rota fundem-se com vista no mesmo pressuposto, assim desenvolve-se a Rota Via Orgânica como um conjunto de empreendimentos abrangendo diferentes atores com um mesmo objetivo em prol do turismo.

O turismo poderá servir como um mecanismo que alavanca processos criativos, resultando na geração de novos produtos turísticos apoiados nas especificidades de cada região, na autenticidade e na identidade cultural. Observa-se que o objeto de pesquisa deste estudo apresenta empreendimentos que possuem uma identidade por conta da produção de produtos orgânicos, tornando a proposta da rota singular e

apontando variedades em relação às diferentes atrações oriundas de um mesmo método de produção (manejo orgânico).

Corroborando com os fatores que caracterizam um roteiro, destaca-se o estudo de César (2016, p. 432) que descreve sobre a representação de um valor de identidade e memória jus a partir de um roteiro, onde os percursos de visitação poderão apresentar novas oportunidades com a atividade turística, amplificando as potencialidades de produtos turísticos envolvidos na consolida o dos roteiros culturais por uma defini o de novas bases físico-territoriais.

A transforma o de recursos em atrativos, de modo a constituírem roteiros e produtos turísticos, utiliza a segmenta o como estratégia principal, sendo necessárias medidas que visem   estrutura o, ao desenvolvimento,   promo o e   comercializa o adequadas   singularidade de cada segmento e de cada região turística (BRASIL, 2010).

De acordo com César (2011, p. 83), o planejamento turístico, além de focar nas concep es de mercado e lucro, deve integrar responsabilidade aos meios naturais e socioculturais, agindo diretamente no espaço geográfico físico e social. O objeto em estudo busca esta incorpora o já que busca valorizar a região, o meio ambiente, a gastronomia e a cultura da popula o residente no local que presta os serviços e desenvolve os produtos turísticos.

Considerando as afirma es descritas pode-se concluir que o roteiro deverá ser harmonioso, em determinado tempo e espaço, relacionando os bens e serviços proporcionados de acordo com os agentes locais que poderão apresentar atra es para visita o abrangendo a cultura, gastronomia, hospedagem, dentre outras atividades, as quais se relacionam com as peculiaridades da região onde está localizado.

Observa-se que a partir da roteiriza o turística poderá contribuir “na integra o e organiza o de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e na infraestrutura de apoio do turismo, resultando na consolida o dos produtos de uma determinada região.” (BRASIL, 2007a, p.13). Os produtos turísticos apresentados pela Rota Via Orgânica estão baseados na produ o de alimentos e bebidas a partir do manejo orgânico.

2.2 PRODUTO TURÍSTICO, PRODUÇÃO ORGÂNICA E GASTRONOMIA NO ESPAÇO RURAL

É essencial o entendimento do conceito de produto turístico, trabalhado neste estudo, para possibilitar a relação entre a produção orgânica e a gastronomia. Nesta pesquisa são levadas em consideração as afirmações do Ministério do Turismo (BRASIL, 2007b) onde consta que o produto turístico poderá ser um bem de consumo abstrato e intangível, possibilitando a experiência a ser guardada na memória. O consumo de alimentos durante uma experiência turística poderá refletir na memória gustativa de um visitante, corporificando a alegação do Ministério do Turismo, acima citada, a partir da ingestão de produtos alimentícios como bens de consumo.

As ofertas de turismo rural poderão favorecer as atividades que circundam as práticas alimentares incluindo as formas de plantio diretamente relacionadas ao cotidiano real de uma comunidade em determinada região, visto que o meio rural possui funções específicas e diretamente relacionadas com a agricultura e comercialização de alimentos. No estudo de Privitera (2010, p. 60), a autora descreve a agricultura identificando funções privadas, sociais e públicas que podem desempenhar um papel no desenvolvimento do meio ambiente, desenvolvimento rural, segurança alimentar e bem-estar animal, acrescentando nesta categoria funções privadas como o turismo e, nesta modalidade, são incluídos serviços recreativos e comerciais dentro da atividade agrícola, podendo propiciar meios para hospitalidade que exploram o patrimônio cultural, artístico e natural das áreas rurais.

A formação do produto turístico, quando consideradas as peculiaridades do local onde se encontra, poderá traduzir propostas diferenciadas agregando valor e podendo maximizar, por meio de cooperação mútua dos atores, utilizando de forma sustentável, os recursos existentes nas mais diversas regiões do país, conseqüentemente podendo gerar produtos e serviços complementares que ajudarão na diversificação da oferta turística local, regional e nacional.

Além da experiência, este produto poderá se concentrar em algumas épocas e locais específicos, conseqüentemente induzindo a criação de produtos diferenciados para serem vendidos ao longo de todo o ano. Esta característica se alia às questões de sazonalidade encontradas no meio rural e na produção agrícola com manejo orgânico. Os reflexos destas práticas evidenciam-se quando, proporcionadas pelos empreendimentos turísticos, a proposta da gastronomia a partir dos insumos locais.

2.2.1 A gastronomia e a produção orgânica como produto turístico

Dentro de uma rota, a identidade do produto turístico se torna sistêmica, atendendo uma lógica onde todos os produtos e serviços de uma atração turística devem estar relacionados. No caso da Rota Via Orgânica, todos os empreendimentos que compõem são certificados em relação ao manejo orgânico, sem agrotóxicos entre outros processos que colaboram com a sustentabilidade ambiental. De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007b) a necessidade de produtos e serviços variados, oferecidos ao turista, devem abranger as necessidades básicas do ser humano, do contrário, a ausência de um deles poderá inviabilizar a experiência vivida pelo visitante.

Corrobora, em relação à alimentação (necessidade básica do ser humano) e a produção de alimentos, que é o foco deste capítulo, Pinto *et al* (2017, p. 207) que não considerando o motivo ou duração da viagem, a alimentação é parte integrante e vital, e assim torna-se impossível pensar em turismo sem associá-lo com a gastronomia. A gastronomia poderá ser resultado, através da oferta de um produto turístico, a reflexão da cultura, das safras e das formas de preparo e distribuição de alimentos de acordo com as especificidades de determinada região e da comunidade que ali vive. Os autores ainda reforçam esta experiência sendo positiva onde a propagação da cultura através dos alimentos enriquece o produto turístico único promovendo uma vivência ímpar ao visitante (PINTO *et al*, 2017).

A aproximação entre a gastronomia e a agricultura torna-se facilmente esclarecida quando observados os fatores de necessidade da presença de insumos, entre eles hortifrutis, para desenvolvimento de preparações alimentícias coloridas, nutritivas e atraentes. Atualmente, os serviços de alimentação têm se atentado na escolha dos ingredientes para agregar valor aos seus produtos. Os alimentos produzidos através do manejo orgânico possibilitam este diferencial. Ratificam Zaneti e Schneider (2016, p. 2) que em sua pesquisa, afirmam que dentro das tendências da gastronomia contemporânea, destaca-se a utilização de produtos e matérias-primas denominados tradicionais, produzidos localmente e a partir de métodos orgânicos.

A agricultura orgânica pode possibilitar uma integração do turista com a natureza. Tem-se observado, atualmente, o interesse dos turistas e consumidores com as práticas ambientais sustentáveis de diferentes tipos de estabelecimentos. No

turismo rural, emerge a possibilidade de agregar as vivências do meio rural com fatores socioeconômicos através de produtos turísticos oriundos do meio rural.

De acordo com a *World Tourism Organization* (WTO) (2017), devido à crescente demanda, uma nova caracterização de turistas tem emergido, o ecoturista. Este novo perfil de visitante está vinculado aos diferentes tipos de atividades que respeitam e preservam o natural, o cultural e o social das áreas de forma íntegra, a longo prazo, e contribuem de maneira positiva para o desenvolvimento econômico e bem-estar das pessoas que vivem e trabalham nestes meios/ locais.

No artigo 2º da Resolução nº 614, de 15 de fevereiro de 2019, o Ministério da Saúde, em observância ao disposto no artigo 1º, preconiza sobre o incentivo à agricultura orgânica. No oitavo item descreve sobre a

[...] garantia da implementação da Política Nacional de Alimentação e Nutrição, da Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional e da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica, que incentivem a produção de alimentos ambiental, social e economicamente sustentáveis (BRASIL, 2019b, art. 2º).

Examinando este fato, se percebe que alimentos produzidos de maneira orgânica ganham espaço no comércio e vão ao encontro das necessidades desse perfil de público.

Observa-se a existência de variações em relação à forma como será proposta a gastronomia local no formato de produto turístico. As possibilidades são imensuráveis e deverão honrar as demais características envolvidas no empreendimento turístico. Poderão ir ao encontro das práticas turísticas a partir de refeições proporcionadas aos visitantes, assim como participação dele no plantio, colheita e manipulação dos alimentos entre outras possibilidades. A alimentação é uma necessidade básica do ser humano enquanto a gastronomia reflete o desejo da expressão humana em sua particularidade sendo insaciável pela inovação de gostos e, conseqüentemente, das técnicas culinárias que incluem a comensalidade e revitalizam a visão sobre o que é comida (FERRO, 2017, p. 17).

2.2.2 Desenvolvimento sustentável ambiental e financeiro

Alimentos e turismo têm uma forte conexão histórica que os une como uma força política. Além disso, alimentos e agricultura são fontes presentes em setores

econômicos tradicionalmente fortes, com políticas e estratégias públicas associadas. Estas, muitas vezes, englobam o turismo de alimentos e, como tal, impulsionam o capital político. Alimentação e turismo são soluções, símbolos e rituais do sistema de produção de alimentos e, muitas vezes, não podem ser separados. Yeoman e McMahon-Beattie (2016) exemplificam esta associação através do mercado de um fazendeiro proporcionando uma experiência de turismo incentivada pela produção de alimentos e além deste serviço, a atuação no mercado varejista de alimentos. As autoras afirmam que esta possibilidade de capital político do turismo gastronômico poderá gerar emprego e afetar a atividade econômica como em muitos destinos em todo o mundo, desde a comida da Escócia à Nova Zelândia, sendo fundamental para a estratégia de turismo, a criação de políticas e capital econômico.

O turismo apresenta magnitude quando observado de maneira intercedente em aspectos sociais, econômicos e culturais de diferentes populações. A prática da atividade turística proporciona a integração de pessoas e modos de vida. Com vista ao planejamento estratégico, tendo como orientação, o desenvolvimento econômico local, o turismo apresenta-se como uma alternativa sustentável em determinadas comunidades.

Conforme Gheorghe, Tudorache e Nistoreanu (2014, p. 12), descrevem que, se no passado o turismo de massa foi o principal meio de manifestação turística, hoje em dia o turismo é praticado em pequenos grupos que procuram viver experiências que levem em conta a sustentabilidade do meio ambiente.

Corroborando com Novaes (2003), simultâneo ao reconhecimento da crescente atividade do turismo conduzido pelo potencial de atrativos existentes, encontra-se um contraponto zelando pela integridade do meio onde acontece o turismo com orientação à conservação da natureza das localidades turísticas. Desta maneira, surgem outras possibilidades de conjugar a atividade turística à sustentabilidade ambiental.

No Plano Nacional de Turismo 2018-2022 consta que será executado com base nas linhas de atuação, sendo observados objetivos, iniciativas e estratégias que incentivem o turismo responsável estimulando a adoção de práticas sustentáveis no setor de turismo, promovendo o desenvolvimento de políticas de turismo responsável em âmbito estadual, distrital, regional e municipal, premiar e disseminar boas práticas de turismo sustentável, intensificando a realização de campanhas de sensibilização para o consumo consciente, promovendo a integração da produção local à cadeia

produtiva do turismo e o desenvolvimento do turismo de base local através do estímulo do desenvolvimento de novas atividades turísticas que incorporem aspectos da produção local, da cultura e da culinária regional (BRASIL, 2019a).

Atualmente, novas possibilidades de turismo manifestaram-se para oferecer entretenimento aos visitantes que buscam a sustentabilidade ambiental. O turismo realizado em meio rural apresenta-se como possibilidade para revitalização do ambiente cultural de uma região, além de beneficiar o produtor rural com uma fonte complementar de renda e, principalmente, contribuir para evitar o êxodo rural, melhorando a qualidade de vida dos que vivem em diferentes localidades rurais (NOVAES, 2003).

De acordo com Gheorghe, Tudorache e Nistoreanu (2014, p. 12) as atividades de turismo têm um impacto real no desenvolvimento econômico e social, pois contribuem ao Produto Interno Bruto (PIB) e pelo papel que desempenha no mercado de trabalho desempenhando um papel importante em muitos países ao redor do mundo provando significativa influência no crescimento econômico.

2.3 PLANEJAMENTO TURÍSTICO E GOVERNANÇA

O delineamento da proposta turística é posto em prática, pelo Estado, quando criado um plano de desenvolvimento turístico. Este deve ser construído por diferentes atores, entre eles a iniciativa privada, o Estado e a comunidade em forma de governança.

Beni (2006) respalda que, primeiramente, é necessário salientar que a política se relaciona a uma ação calculada para alcançar objetivos específicos norteados para direções gerais de planejamento e gestão do turismo, obtendo como princípio as orientações específicas para a gestão permanente do turismo, abrangendo os inúmeros aspectos operacionais da atividade.

O plano tem a função de auxílio no desenvolvimento, implementação, manutenção e controle dos impactos gerados pelo turismo. Solha (2006, p. 90) constata que os diferentes estudos referentes ao tema, observam as relações entre o planejamento turístico e a política, e suas inferências na promoção do desenvolvimento turístico. A autora destaca que muitas vezes não existe uma formalização das políticas, mas que elas podem ser notadas pelas estruturas criadas para dar respaldo ao setor e pelas diversas áreas governamentais no turismo.

As premências podem ser supridas com apoio de diferentes órgãos e atores que irão trabalhar em busca da consolidação e da melhora do produto turístico com vista ao desenvolvimento econômico e social da região. De acordo com Trindade, César e Vianna (2019, p. 654), a mobilização, a articulação e definição de prioridades e responsabilidades deverão fazer parte deste processo de sensibilização para que ele se efetive. Meios como incorporação de ações, colaboração de grupos que vão ao encontro dos mesmos interesses e comunicação entre setores, são meios necessários que estão diretamente relacionados à governança.

A governança reflete um modelo descentralizado, onde as unificações de diferentes atores, em um modelo de gestão, trabalham em prol de ações e cooperações com propósitos similares que tocam os aspectos socioeconômicos diretamente vinculados ao turismo em determinadas regiões. Aderindo à citação de Santos (1997) é importante esclarecer e refletir sobre o conceito de governança para que se compreenda a forma que este modelo de gestão inclua os princípios democráticos.

Afirma Santos (1997, s. p.) que:

A literatura recente incorpora o novo conceito, partindo da definição geral do Banco Mundial, que, como indicado, refere-se ao modo como a autoridade é exercida no gerenciamento dos recursos do país em direção ao desenvolvimento.

A governança irá ecoar as práticas relacionadas às questões que incluem ações político - institucional auxiliando nos processos de decisão, dentro de um planejamento, conduzido pelos setores públicos e privados na construção de políticas que auxiliarão no desenvolvimento regional de maneira descentralizada orientada por ferramentas de política com abrangência nacional e global.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2019c) solidifica que o planejamento é um desenvolvimento dinâmico onde as atividades deverão tomar constância a partir de uma programação e coparticipação, a qual, os atores sejam capazes e estejam comprometidos perante as escolhas dos caminhos a serem seguidos para uma organização da suas Instâncias de Governança Regional e designem os esforços tornando o percurso mais participativo podendo advir em um ambiente de identidade fortalecida.

2.3.1 Governança e o planejamento turístico no meio rural

Possibilitando a ação de operar no meio turístico, em meio rural, observa-se que a Rota Via Orgânica necessita possuir uma infraestrutura e uma superestrutura. Tendo a infraestrutura como uma rede, tanto de forma interna quanto de forma externa, este sistema permite a vinculação do ser humano, respeitando suas necessidades e torna possível um composto de comunicação com os meios externos, ou seja, com outras pessoas, por exemplo, vias de acesso, gêneros de compras, expansão dos fatos e ofertas via redes e sociais, dentre outros meios. Para melhor e mais assertivo direcionamento da proposta turística, a superestrutura tem a função de auxiliar, otimizando o subsistema de infraestrutura, agindo de forma harmoniosa e eficiente para o rendimento dos atrativos e empreendimentos turísticos. A superestrutura poderá abranger todos os organismos, sendo eles públicos e/ou privados com desígnio a contribuição para desenvolvimento social e econômico (BOULLÓN, 2002)

Cogitar a satisfação e o retorno do visitante, para sustentabilidade de uma rota turística, a atuação da infraestrutura e da superestrutura se encontram diretamente relacionadas. Corrobora Bilha e Silva (2011) articulando que o objeto do turismo também está alicerçado nos equipamentos que envolvem a recepção do turista e na provisão dos serviços para satisfação das necessidades dele abrangendo a iniciativa privada a partir de uma empresa e esta, sendo complexa, será responsável pela produção, preparação e distribuição de bens e serviços turísticos.

De acordo com Beni (2006) um dos fatores para uma estratégia integrada de desenvolvimento turístico para a região é o estudo da organização estrutural regional que inclui a análise dos limites de infraestrutura ao desenvolvimento turístico regional, a análise da cadeia produtiva do turismo regional, análise da estrutura organizacional e do modelo de gestão do turismo regional e a análise da rede de relacionamento entre os atores envolvidos com o setor. A governança poderá propiciar estes enlaces fortalecendo planos que objetivam a organização e execução das ações necessárias para a sustentabilidade financeira e ambiental da região turística. Ratifica Lima (2002) os governos federal, estadual e municipal assumem papéis fundamentais na busca de minimizar os efeitos da globalização, enaltecendo aspectos característicos da região através de planos, programas e ações concretas e claras como propósito de qualificar as coletividades às novas condições globais sem perder sua identidade.

O turismo rural necessita de ações específicas para que possa acontecer e propiciar meios para a chegada e satisfação do visitante de forma que mantenha suas características naturais que transmitem sua identidade cultural. Para desenvolvimento das propostas turísticas são necessários estudos que demonstrem possibilidades a serem trabalhadas no âmbito turístico no meio rural.

Conforme o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p. 38):

A inventariação da oferta turística compreende o levantamento, a identificação e o registro dos atrativos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio à atividade como instrumento base de informações para fins de planejamento, gestão e promoção da atividade turística.

Percebem-se muitos incentivos e recursos de diferentes esferas governamentais, entretanto, apesar de o governo federal prover recursos substanciais para a promoção do turismo compreendendo todo o Estado, o suporte para desenvolvimento regional e local do turismo na comunidade é, na maior parte, fragmentado ou inexistente, assim, agências públicas e privadas, associações comunitárias e de empresários locais assumem cada vez mais um papel efetivo no desenvolvimento do produto turístico nas comunidades (SOUZA, KLEIN, 2019).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa inicia com os seguintes questionamentos: A consolidação de uma rota turística em espaço rural poderá ser influenciada pelas ações da governança? Quais seriam os atores envolvidos e como acontece a elaboração do produto turístico neste meio?

Com o intuito de compreender a formação do produto turístico a partir da atuação dos atores, na configuração de governança, para existência da rota no meio rural com ênfase em produtos provenientes da produção orgânica, atende-se inicialmente na busca de referências. A análise destes referenciais teóricos em como objetivo a compreensão de conceitos teóricos dentro dos estudos de turismo. Preliminarmente inicia-se o rastreio sobre planejamento turístico, produto turístico e governança.

Primeiramente analisa-se as necessidades desta pesquisa, elegendo como instrumento para concepção do objeto a pesquisa exploratória com abordagem qualitativa. Para arguição em torno da pesquisa, foi utilizada a categoria exploratória, a qual, conforme Lakatos e Marconi (2012), são investigações empíricas em que o objetivo consiste na formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno para realização da pesquisa futura mais precisa ou alterar e esclarecer concepções.

Adotada a pesquisa exploratória observa-se o desencadeamento de diferentes linhas, dentro do estudo em questão. Nela destaca-se como exploratório-descritivo combinado, no que se refere ao propósito de descrição completa de um fato, o qual são realizadas análises empíricas e teóricas. Esta pesquisa contempla o estudo que vai ao encontro do entendimento se aproximando do problema para elucidar as razões pelas quais o fato ocorreu, neste caso a consolidação da Rota Via Orgânica a partir de atores e formação do produto turístico. De acordo com Gil (2008), o resultado deste tipo de pesquisa torna o problema mais esclarecido tornando possível a investigação a partir de procedimentos mais sistematizados.

A pesquisa qualitativa teve como intuito a busca por maior aproximação com os atores, onde haverá possibilidades de acontecer maior familiaridade com os processos em estudo. Conforme Gerhardt e Silveira (2009), este tipo de pesquisa ocupa-se por aspectos da realidade que não podem ser quantificados e investiga a

situação entre as relações sociais. Corrobora com as expectativas dos pesquisadores que demandam de entendimentos além dos números e averiguações quantitativas facilmente encontradas em diferentes veículos comunicativos. Esta pesquisa busca submergir na realidade cotidiana dos responsáveis pelos empreendimentos que compõem a Rota, compreendendo os fatores influentes que resultaram nas configurações contemporâneas.

Fazem parte da rota em estudo, atualmente, nove empreendimentos, levando em consideração que esta forma de pesquisa propõe que o entendimento recuado de um grupo social tem maior relevância comparado a um resultado onde é mais importante a representatividade numérica. Estabelecida a abordagem do estudo qualitativo, não se espera “uma pesquisa com um grande número de sujeitos, pois é preciso aprofundar o conhecimento em relação àquele sujeito com o qual estamos dialogando” (MARTINELLI, 1999, p. 23). Embora, em certos aspectos, no reconhecimento também de um número reduzido de estabelecimentos no trajeto, a pesquisa tem um caráter censitário.

Segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 32):

As características da pesquisa qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências.

A busca por informações a serem coletadas visam possibilitar o aprimoramento do conhecimento sobre assunto central desta pesquisa, a influência da governança na formação do produto turístico. Corrobora com este entendimento Minayo (2001, p. 16), ao entender por metodologia o caminho do pensamento e a prática desempenhadas interpelando a realidade. Desta forma, as normas e os fundamentos relacionados aos conceitos filosóficos, acessíveis na literatura, para indivíduos que se encontram na exploração de determinado conteúdo de cunho científico, trarão perspectivas no desenvolvimento de uma pesquisa com validade de resultados.

Baseados nos conhecimentos teóricos, que se dividiram em duas linhas: a compreensão do planejamento turístico, que inclui o entendimento sobre a formação do produto turístico e a governança com abrangência dos atores e a para existência

da rota, analisa-se os conceitos e inicia-se a construção dos questionamentos em torno das teorias. A revisão em teoria possibilitou o discernimento entre referências bibliográficas e a prática executada para consolidação da rota, posteriormente.; a observação das governanças com destaque os atores envolvidos na criação da Rota Via Orgânica.

Sabe-se que “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2008, p. 50). Isto posto, elucidamos que a proposta da pesquisa bibliográfica não é simplesmente a repetição do que já foi dito ou escrito sobre o assunto, mas proporcionar o exame de um tema sob novo ponto de vista ou tratamento, chegando a novas conclusões (LAKATOS; MARCONI, 2012).

São reconhecidos, nesta pesquisa, alguns procedimentos específicos sendo que o recurso turístico trabalha valores de uma paisagem e a oferta turística específica valorados pela especificidade de sua adjetivação como elemento formador do objeto de análise. Nesta condição estuda-se este roteiro turístico.

Reflete-se assim acerca dos valores fundantes dos atores envolvidos na formação da Rota Via Orgânica. Localizada no município de Garibaldi (RS). A pesquisa ora apresentada se sustenta por pressuposto metodológico qualitativos. Assim, dá-se o reconhecimento de “uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito” (CHIZZOTTI, 2005, p. 79). Nesta ligação destaca-se a definição do conjunto dos atores sociais como determinantes das relações socioespaciais que estabelecem o percurso territorial e a governança do produto turístico Via Orgânica. Assim, estes diversos agentes sociais a todo momento tem uma dimensão que constroem e reconstroem as partes e o todo deste objeto.

Corroborar César *et al* (2014, p. 3):

Desta maneira, inicialmente, penetra-se na pesquisa de campo com pressupostos. A investigação apresenta ideias iniciais que foram dando novas indicações às pesquisas semiestruturadas. O entendimento do problema e sua delimitação foram sendo estabelecidos por uma imersão do pesquisador na vida e no contexto, no passado e nas circunstâncias presentes que condicionaram o problema.

Para identificação das governanças e formação do produto turístico serão realizadas entrevistas com os responsáveis pelos empreendimentos que compõem a

rota e, que possuem experiências práticas com o problema estudado. Além disso, a verificação de exemplos que melhor possibilitem a compreensão.

A entrevista baseia-se em uma conversação entre duas pessoas com o intuito de coleta de dados para obter conhecimentos que possam contribuir no entendimento de uma pesquisa que se desenvolve de forma prática. Este procedimento é muito utilizado na investigação social para coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social (LAKATOS; MARCONI, 2012, p. 80).

Imersos em um contexto de Pandemia, as entrevistas foram realizadas através da ferramenta *Google Meet*®, onde a pesquisadora entra em contato com os responsáveis dos estabelecimentos, sendo que estes, foram contatados a partir da indicação de um dos órgãos que participaram da constituição da Rota Via Orgânica. A Secretaria Municipal de Turismo e Cultura, facilitou o intermédio com os proprietários, indicando os contatos com os empreendedores que compõem a Rota Via Orgânica.

No início, foi realizado contato com todos os proprietários e ou responsáveis dos empreendimentos para possibilitar agendamento da entrevista, a partir da comunicação via e-mail e através do aplicativo *whatsapp*®. As entrevistas foram programadas de acordo com a disponibilidade dos empreendedores. Todos os locais associados à Rota Via Orgânica disponibilizaram um responsável que participou da pesquisa.

A metodologia proposta de investigação realizou-se através de um questionário que serviu como base para realizar entrevistas semiestruturadas aproximando as questões empíricas das colocações teóricas referenciadas. Desta maneira, foram abordados sujeitos envolvidos diretamente no roteiro em questão, assim, a pesquisa qualitativa acontece onde a pesquisadora se torna ao mesmo tempo o sujeito e o objeto deste estudo. O intuito da coleta de dados foi produzir informações específicas para gerar contribuições e soluções atuais.

Para entrevistar os sujeitos, a pesquisadora se utilizou de um instrumento que possibilitou respostas diretas. O questionário é uma ferramenta na forma de documento que pode ser preenchido pelo próprio informante ou pelo pesquisador que anota os dados fornecidos pela pessoa pesquisada (BRAGA, 2007), neste estudo, a pesquisadora anotou as respostas dos responsáveis pelo local.

Corroborando com Braga (2007), foram levadas em conta, na elaboração das questões, a impessoalidade para assegurar uniformidade na avaliação, limitar a

extensão e a finalidade das perguntas, definindo questões fundamentais para atingir os objetivos da pesquisa, assim como estes questionamentos foram realizados de forma clara de maneira aberta, onde o sujeito pode expressar respostas livres ricas em detalhes relevantes ao estudo.

Ao abordar a entrevista fundamenta Duarte (2004, p. 216):

Realizar entrevistas, sobretudo se forem semi-estruturadas, abertas, de histórias de vida etc. não é tarefa banal; propiciar situações de contato, ao mesmo tempo formais e informais, de forma a “provocar” um discurso mais ou menos livre, mas que atenda aos objetivos da pesquisa e que seja significativo no contexto investigado e academicamente relevante é uma tarefa bem mais complexa do que parece à primeira vista.

O mesmo autor afirma que para a realização de uma boa entrevista é necessário que o (a) pesquisador (a) tenha muito bem definidos os objetivos de sua pesquisa, que conheça, com alguma profundidade, o contexto em que pretende realizar sua investigação desde a experiência pessoal até apropriação por meio da leitura de estudos precedentes e uma cuidadosa revisão bibliográfica são requisitos fundamentais para a entrada do (a) pesquisador (a) no campo. Além destes fatores ter em mãos um roteiro para evitar “embarços” no momento da realização das entrevistas válidas outrossim a segurança e autoconfiança agindo com algum nível de informalidade, nunca se afastando do propósito dos objetivos que levaram a buscar aquele sujeito específico como fonte de material empírico para sua investigação. (DUARTE, 2004, p. 216).

A pesquisadora que realizou estas entrevistas tem formação em nutrição, Chef de Cozinha e é especialista em Gestão e Gastronomia em Serviços de Alimentação. Segue na vida profissional e pessoal a filosofia do movimento internacional *Slow Food*. O movimento *Slow Food* tem como princípio todo o entorno envolvido nas práticas alimentares, vendo “o comer” como um ato político desde a produção até a consumação dos alimentos abrangendo aspectos físicos, sociais, culturais e ambientais. Esta crença da pesquisadora proporcionou o conhecimento de muitas comunidades (formas de agrupação dos associados ao movimento) as quais permitiram a aproximação com boa parte dos empreendedores componentes da Rota Via Orgânica também associados ao mesmo movimento, sendo assim, a pesquisadora responsável por este estudo já conviveu com a maior parte dos sujeitos que serão entrevistados e responsáveis pelos empreendimentos, nos quais a

entrevistadora já esteve, em outras ocasiões vivenciadas por conta do pertencimento ao mesmo grupo, o *Slow Food* Primeira Colônia Italiana.

Cada entrevista foi realizada a partir de questionamentos, dispondo de gravação em áudio e vídeo. Nesta etapa do processo, antes do início dos questionamentos, os sujeitos que participaram como entrevistados, tomaram conhecimento do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), no qual, consta o comprometimento da pesquisadora e a utilização dos dados coletados de maneira ética, sem prejudicar o estabelecimento e as pessoas envolvidas. Diante do momento atual, pandemia, encontramos-nos normatizados por regras de distanciamento social portanto, a realização *in loco* da entrevista não foi possível, por isso, no início de cada gravação das entrevistas, a pesquisadora leu o TCLE e após leitura completa do termo, o entrevistado confirmou seu conhecimento em relação à pesquisa e afirmou sua participação voluntária. Caso o entrevistado não aceitasse colaborar com a entrevista, assim como, se desistisse de participar em qualquer momento da entrevista não haveria quaisquer prejuízos pessoais.

Para guiar as entrevistas, o pesquisador utilizou um questionário composto por 13 (treze) perguntas com intuito de orientar a conversa em busca de respostas que pudessem esclarecer os objetivos desta pesquisa. A entrevista se caracterizou como semiestruturada, o que não significa uma conversa sem objetivos, corrobora Minayo (2001, p. 57) elucidando que utilizada como um meio de coleta dos fatos relatados pelos atores, sendo estes sujeitos-objeto da pesquisa que estão imersos pela experiência vivida diariamente dentro da realidade que está sendo estudada. As questões relatadas encontram-se no Apêndice 1 desta pesquisa.

Visto que o método eleito, de acordo com Braga (2007), entrevista e questionário qualificam algumas desvantagens como a aplicação demorada e cara, neste estudo, os materiais necessários foram computador, conexão de internet, aplicativo Google Meet®, tanto do pesquisador quanto do entrevistado.

O mesmo autor, Braga (2007), recomenda que as primeiras perguntas deverão ter o intuito de deixar o respondente familiarizado com o propósito da pesquisa. O questionário foi aplicado pela própria pesquisadora e desde a leitura do TCLE e início do questionário foi elucidado o tema deste estudo.

A entrevista pode ser definida como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação, um diálogo assimétrico de interação social.

(GIL, 2008, p. 109). Como já explanado, neste estudo foram realizadas entrevistas guiadas por perguntas semiestruturadas e de acordo com Manzini (1990-1991, p. 154), a entrevista semiestruturada possui seu âmago no assunto sobre o qual é preparado um roteiro com perguntas principais, incorporadas por outras questões específicas às situações momentâneas durante a entrevista. Este mesmo autor (2012), interpreta que esse tipo de entrevista pode intervir conhecimentos de forma mais autônoma e as respostas não acarretarão uma padronização de alternativas.

Desta relação, obtém-se uma base teórica para que posteriormente possa se “[...] fornecer um modelo teórico daquilo que se vê, utilizando as representações teóricas de que se dispunha” (FOUREZ, 1995, p. 42). Buscou-se assim “[...] na medida em que se percebe como a observação dos fatos [...] à construção de um modelo de interpretação (em inglês o termo *theoretical construct*, pelo qual se designam as noções utilizadas, salienta esse aspecto construtivo) (FOUREZ, 1995, p. 43)

Em seguida à realização das entrevistas, os resultados foram analisados e contemplados nos resultados. A pesquisadora transcreve as respostas dos entrevistados relacionando as informações obtidas de acordo com o roteiro de questões utilizado como referencial, desta forma elaborando os resultados deste estudo. Para as considerações finais foram analisados os resultados de acordo com o alcance ou não dos objetivos propostos inicialmente e ao esclarecimento do problema questionado no início da pesquisa, comparando com outros estudos similares já existentes.

Foi levado em consideração, para o entendimento do objeto de pesquisa, tendo-se como uma constituição a partir de Goldmann (1976, p.23):

“ [...] pelas ações humanas de todos os lugares e de todos os tempos, na medida em que tiveram ou ainda têm importância ou influência na existência e na estrutura de um grupo humano e, implicitamente por meio deles, uma importância ou uma influência na existência e na estrutura da comunidade humana presente ou futura”

3.1 OBJETO DE ANÁLISE

Para determinação deste objeto um ponto importante para análise reflete nas horizontalidades e verticalidades do espaço como determina o geógrafo Milton Santos (2004). Neste reconhecimento pensa-se neste sujeito formador dos objetos especiais,

seja da produção da uva ao meio de hospedagem e seu reconhecimento solidário para a elaboração de um produto específico. Assim, deve-se pensar nos pensamentos, nas instituições diversas e nos equipamentos de subsistência dando as características para a definição de atrativos e equipamentos urbanos e turísticos diversos. Se estabelece inicialmente as condições necessárias para o assentamento dos moradores, porém o turismo dialetiza, tornando também parte desta necessidade e condições para a formação de uma hospitalidade para o visitante. As instituições definem assim a produção da sociedade, valor inicial caro para a determinação do objeto.

Esse objeto não é algo inerte, isolado. Seu valor, utilizando um termo de Latour (1994), tornou-se híbrido. Assim de acordo com Alves (2014, p. 158):

No âmbito do modo dominante de pensar entendem-se, majoritariamente, as duas categorias acima referidas como entidades autopostas e extrínseca; ora fazendo acento no momento do objeto, ora no do sujeito.

Na determinação do objeto, a Rota Via Orgânica, são delimitadas fontes bibliográficas pertinentes (BRASIL, 2007a, 2007b, 2010; BAHL, 2005; BOULLÓN, 2002; CÉSAR, 2011, 2014, 2016) e que sofrem modificações durante a elaboração do referencial teórico, associando novas possibilidades de interpretação oriundas das interfaces que se relacionam ao tema.

Corroborando com Silva e Valdemarin (2010, p. 62), os métodos didáticos não são constituídos apenas sob aspectos técnicos e se envolvem às concepções dos diferentes modos observados nas atividades desenroladas, levando em consideração a cultura pedagógica, tomando como ponto de partida as diferentes instituições e agentes.

Quando se pensa na formação do objeto de pesquisa, estabelece a necessidade do reconhecimento deste no espaço e no tempo. Neste encontro, refere-se a uma área que tem um processo intensivo por ocupação migratório europeia e que contrasta grupos que se fundamentam por valores fundados nesta memória.

Sabe-se que:

As práticas de consumo, (...) são governadas por gostos socialmente definidos por um hábito de classe. As classes populares atestam uma preocupação funcionalista (em oposição ao parecer das classes médias) que se mostra nas opções alimentares. (LALLEMENT, 2012, p.183).

Posicionamento que justifica a aproximação dos atores produtores aos consumidores, neste caso específico, em alguns aspectos.

Pode-se ver aqui o confronto entre sujeito e objeto definindo um corpo único. Condição que leva a pensar neste sujeito da pesquisa. Procedendo às orientações da pesquisa é necessária uma definição do sujeito, a qual segue no capítulo seguinte.

3.2 DEFINIÇÃO DO SUJEITO

Como visto anteriormente o sujeito desta pesquisa funda-se por conflitos horizontais (parceiros) e verticais (parte institucional - Sebrae e Prefeitura Secretaria Municipal de Turismo). Neste estudo foram entrevistados os responsáveis pelos estabelecimentos associados à Rota Via Orgânica, sendo que nenhum deles participam das partes institucionais. Os sujeitos desta pesquisa exercem diferentes cargos nas propriedades que compõem a rota, desde o plantio, a colheita, administrativo, marketing, entre outras atividades necessárias de acordo com as estruturas, manejos e serviços oferecidos.

Observando tabela que segue podem ser percebidos os serviços desenvolvidos de cada empreendimento que compõem a rota:

Tabela 1 – Empreendimentos e descrições dos serviços

(continua)

Empreendimentos	Descrição dos serviços
Cooperativa Vinícola Garibaldi	A partir da cooperação de agricultores associados produz vinhos, frisantes, espumantes, sucos convencionais, orgânicos e biodinâmicos.
Davida Raízes do Sabor	Fornece refeições com opções compostas por alimentos orgânicos, comercializa produtos orgânicos e disponibiliza cursos e oficinas culinárias.
Econatura	Em períodos anteriores a Pandemia recebeu visitas técnicas, produz suco de uva, vinagres de vinho tinto, balsâmico e

	(continuação) balsâmico envelhecido, vinagre de maçã e óleo de semente de uva, farinha da semente e da casca de uva, todos desenvolvidos com manejo orgânico.
Família Boroto	Elaboração de espumante orgânico, comercializado pela Coopeg, degustação dos produtos, harmonizados com tábua de frios (meredin perlage), proporciona, caminhadas pela propriedade e é apresentado ao processo de produção do espumante. Guia passeios às grutas e a capitéis próximos da propriedade.
Orgânicos Mariani	Cultiva diversas variedades de frutas, produz vinhos, sucos, geleias e molhos, todos orgânicos comercializados na propriedade e em outros estabelecimentos comerciais. Proporciona passeio de trator, com vista panorâmica, permite a colheita pelo próprio visitante de frutos e temperos da época.
Sabor Ecológico	Comércio de produtos naturais e orgânicos (hortaliças, legumes, frutas, sucos, geleias, molhos, chás, açúcar, café, farinhas, grãos) sendo alguns cultivados pelos proprietários. Oferece linhas de produtos naturais, sem glúten, sem lactose, dietéticos e fitoterápicos.
Sítio Crescer	Produz hortaliças, temperos e frutas orgânicos. Disponibiliza hospedagem, local para eventos, açudes para banho e

	(conclusão) pesca, sitiotur entre cascatas com educação ambiental e espaços para práticas espirituais.
Sítio do Celo	Propriedade composta por paisagem silvestre, possui diversas plantas nativas e frutas exóticas que podem ser degustadas e adquiridas. Cria as ovelhas da raça Santa Inês. Proporciona degustação do caldo de cana (garapa). Oferece caminhada em uma trilha que leva até um riacho.
Valle Rústico	Serviço de alimentação localizado nem propriedade rural, referência em ecogastronomia no Brasil, o premiado chef Rodrigo Bellora pratica culinária sazonal autodenominando “Cozinha de Natureza”. Apresenta menus degustação que mudam a cada dia ou semana, de acordo com a disponibilidade de ingredientes.

Fonte: Quadro organizado pela autora com informações de GARIBALDI, 2020a.

Podem ser percebidas as relações entre os sujeitos a partir de todo entorno que envolve o manejo orgânico. Os nove empreendimentos que compõem a rota possuem algum tipo de certificação orgânica, sendo esta uma das incumbências que constam no Regimento Interno da Rota Via Orgânica (Anexo 1) para participação na rota.

As certificações podem ser obtidas a partir de auditorias internas, as quais os responsáveis pelos locais realizam acompanhamentos e registros em sua própria propriedade e externas, as quais, ocorrem vinculadas com outras partes devidamente registradas como certificadoras, sendo que as auditorias são realizadas com a colaboração de terceiros. Em virtude do manejo orgânico, podem ser citadas algumas cooperativas que desenvolvem este trabalho, entre elas a Associação Ecovida de Certificação Participativa, com sede localizada em Três Cachoeiras (RS), Associação

OPAC Litoral Norte, matriz localizada em Itati (RS), Associação dos Produtores da Rede Agroecológica Metropolitana (Rama) e Cooperativa Central dos Assentamentos do Rio Grande do Sul (COCEARGS), com sua origem em Porto Alegre (RS) conforme constam no documento disponibilizado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) (2021, s.p.). A produção orgânica requer práticas específicas deste tipo de manejo.

Pensa-se que por práticas sociais que o estruturam e determinam complexas unidades que se define o “modo” que a prática ordene em última análise é o exercício de transformação da natureza (matéria-prima) dada, em produtos de uso pela atividade dos homens existentes, trabalhando com o emprego metodicamente regulado de meios de produção, o manejo orgânico orientado por legislação, a Instrução Normativa MAPA nº 46 de 06 de outubro de 2011 que estabelece o Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção Animal e Vegetal.

Nesta pesquisa o sujeito e objeto encontram-se alusivos atados por relações mútuas. Entre eles processa-se uma relação dialética (JUPIASSU, 1976, p. 69). Deles, provavelmente, se estabelece um imaginário de um tipo ideal de vida e sociedade. Utopia, com uma força contemporânea que favorece inclusive o julgamento de produtos e serviços para o consumo de outros que adentra seus meios. Assim, determina-se que conforme Sell (2013, p. 111):

O primeiro aspecto a observar é que o tipo ideal é sempre uma construção mental elaborada pelo sujeito. É por isso que “acentua”, de forma “unilateral”, qual aspecto da realidade ele quer investigar. Essa seleção é feita sempre pelo pesquisador, tendo em vista seus interesses e os problemas que ele quer aprofundar. Seu ponto de partida, portanto, não é o objeto ou a própria realidade, mas o próprio sujeito e suas preocupações.

O processo escolhido na pesquisa deu-se por valores determinados conceitualmente pelos pesquisadores. Assim, utilizando um entendimento com forte apelo weberiano destacam-se estes “na seleção do objeto da pesquisa científica, na determinação da problemática das questões a serem postas” (LÖWY, 2018, p. 18).

Para este, entende-se de acordo com Fausto (2015, p. 116-117):

Por prática em geral, entenderemos todos os processos de transformação de uma matéria-prima em um produto determinado, transformação efetuada por um trabalho humano determinado, utilizando meios (‘de produção’) determinados. Em toda prática concebida desse modo, o momento (ou o elemento) determinante do processo não é nem a matéria-prima, nem o produto, mas a prática em sentido estrito: o momento do próprio trabalho de

transformação que emprega, numa estrutura específica, homens, meios e um método técnico de utilização do meio. (...) A 'prática social' unidade complexa das práticas que existe numa sociedade determinada, comporta assim um número elevado de práticas distintas.

Práticas estas que ao identificar sobressaem o estatuto norteador dos seus sujeitos. Este apropriado especificamente ao seu lugar, com seus valores intrínsecos determinados que definem todas as lógicas das formas, estruturas e relações com os aspectos sociais e espaciais do roteiro. Condição que determina “a forma não só é expressão de um conteúdo, no qual adere o seu reflexo, como, mais que isso, sintetiza mais de um conteúdo em movimento; reunido, reproduzido, reinterpretado pela forma, como se ela fosse um filtro” (DAMIANA, 1994, p. 437). Reporta-se a reprodução de parte das práticas espaciais.

Nela, reconhece que: “O todo social não é nem uma reunião de elementos anterior, nem uma entidade nova, mas um sistema de relação em que cada uma engendra, enquanto relação mesma, uma transformação dos termos que une” (PIAGET, 1973, p. 33), o que se soma a sua relação entre o objeto e sujeito modifica ambos, seja pela acomodação e assimilação e este conjunto e sua totalidade cria novas forças com características inertes mais também transformadora em cada relação. Condição que leva Piaget a refletir que se cada ação transforma o sujeito e o objeto, torna-se esses uma totalidade nela mesma (1973, p. 35).

Reconheceu-se neste estudo as produções materiais, com a especificidades de produto orgânico. Se toda produção atende as necessidades como ato histórico, este atende à demanda específica de uma sociedade contemporânea. Condição que não deixa o sujeito não inerte na definição do objeto. Seu objeto produzido tem as características de conceitos sociais e culturais pré-estabelecidos. Condição que pode inclusive levar a pensar que, se fosse adotado uma abordagem mais bourdiana estaria os retratando como agente, pois a esse retratar-se-á “tanto o objeto quanto sujeito: ele sofre e pratica uma ação” (BENSA, 2005, p. 149).

Nele, ressalta uma estrutura do senso social e por seu funcionamento de interpretação. Constituindo “um saber processual de natureza experimental, no qual ele inscreve os princípios de classificação do mundo social” (FORNEL, 2005, p. 226-227).

O roteiro determina-se com a formação de um produto que se destaca como uma representação de um ambiente de consumo, de valores e produtos. Situação que pode ser intermediada pelas representações e construções simbólicas diversas

(BAILLY, 1995). Elas colaboram para o reconhecimento de esquemas relativos do real, constantemente utilizado, sendo, inclusive, pressuposto desta pesquisa, e ao definir realidade que “[...] é delimitada e reconhecida pela razão que elabora as representações” (ANDRÉ, 1998, p. 82) e sua subjetividade, abstraem elementos essenciais na identificação da realidade do indivíduo ou grupos de indivíduos.

Tem-se assim, o espaço como um híbrido, não distinguindo conceitos puros, como equivocadamente fizeram na modernidade. O espaço natural e as obras do homem se fundem, confundem, associam em contextos sociais, em que a cada momento, novas formas são recriadas.

O objeto de pesquisa representado por uma rota turística é composto por 9 (nove) propriedades/ estabelecimentos comerciais, atualmente, descritas e apresentadas por meio digital, no site da Prefeitura do Município de Garibaldi - RS (GARIBALDI, 2020a). Acatando que a delimitação na construção de um objeto de pesquisa surge pela averiguação contínua da sua elaboração.

3.3 CARACTERÍSTICAS DOS LOCAIS DE COLETA DE DADOS

3.3.1 Garibaldi

Conhecida como a “Capital do Espumante”, a marca adveio por abrigar a família Peterlongo, que em 1913 que elaborou o primeiro espumante brasileiro (GARIBALDI, 2020b), em Garibaldi. De acordo com a Prefeitura de Garibaldi, durante quatro décadas, a produção desta bebida fermentada da uva era produzida unicamente na cidade de Garibaldi pela família imigrante italiana, Peterlongo. Em 1930, o comércio deste espumante obteve abrangência nacional e numa ocasião da visita da Rainha Elizabeth e seus convidados, no Brasil, a bebida foi servida pelo Presidente Getúlio Vargas (GARIBALDI, 2020b).

A marca Garibaldi Capital do Espumante é resultado de um estudo baseado no Plano Municipal de e no Plano de Marketing, que contou sempre com o acompanhamento da Secretaria de Turismo e Cultura, de profissionais da área e com a colaboração dos empresários e trabalhadores do setor (GARIBALDI, 2020a).

Este reconhecimento pela qualidade do espumante impulsionou o turismo no município e possibilitou a criação de roteiros turísticos baseados na gastronomia italiana e degustação de espumantes. No município encontram-se outros roteiros

como a Rota dos Espumantes, hoje fazem parte do município a Rota Passadas, Estrada do Sabor, Rota Religiosa, Rota de Compras, Passeio da Barragem, Maria Fumaça e Via Orgânica (VALADARES, 2015, s. p.), sendo este último, o objeto de estudo nesta dissertação.

3.3.2 Rota Via Orgânica

A Rota Via Orgânica foi lançada comercialmente em 2016, como uma proposta de visitação com foco em gastronomia, cultura e sustentabilidade, onde criou-se dentro dela atrativos turísticos compondo um produto cujos estabelecimentos cultivam ou trabalham com produtos orgânicos. O projeto foi desenvolvido a partir da Secretaria de Turismo do Município de Garibaldi em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (SCHERER, *et al.*, 2017) e os empreendedores que tinham interesse em participar da rota.

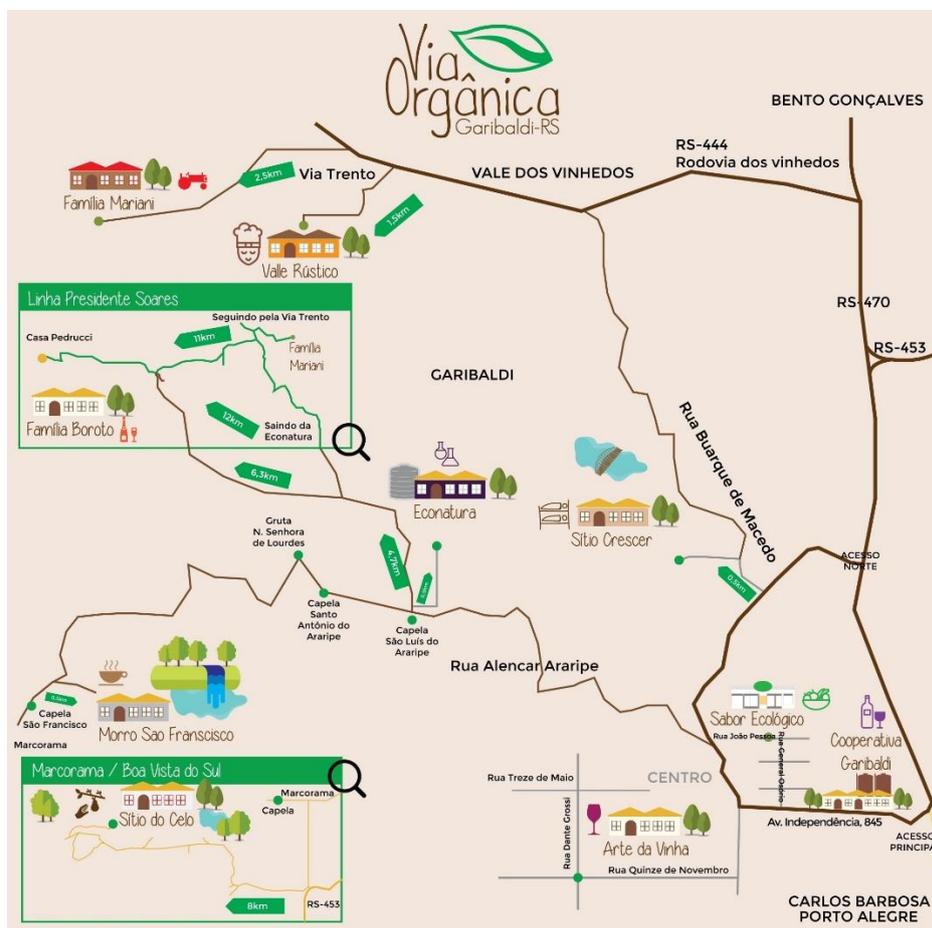
No período em que a pesquisa foi realizada, se apresentavam associados nove empreendimentos componentes da Rota Via Orgânica, caracterizados como vinícolas, restaurantes, indústrias e meios de hospedagem, que tinham como objetivo promover o cultivo do alimento orgânico por meio do turismo. Os empreendimentos que fazem parte da rota são: Cooperativo e Vinícola Garibaldi, Davida - Raízes do Sabor, Econatura, Família Boroto, Família Jorge Mariani, Sabor Ecológico, Sítio Crescer, Sítio do Celo e Valle Rústico (GARIBALDI, 2020b).

Cada empreendimento possibilita variedade em relação aos produtos turísticos. De acordo com Boullón (2002) a preservação das características naturais do ambiente deve ser levada em conta quando planejada uma exploração turística. Desta maneira, percebe-se que os empreendimentos praticam esta teoria sendo que enaltecem as possibilidades naturais do meio onde se encontram. Por outro lado, deve-se analisar que conforme Boullón (2002) o planejamento acaba por intervir sobre a natureza criando paisagens não tão naturais. Nota-se que os preceitos do manejo orgânico são orientados pelos objetivos da Instrução Normativa MAPA nº 46 de 06 de outubro de 2011, no artigo quarto, que contempla os aspectos ambientais, os sistemas orgânicos de produção que conduzem à manutenção das áreas de preservação permanente; a atenuação da pressão antrópica sobre os ecossistemas naturais e modificados; a proteção, a conservação e o uso racional dos recursos naturais; o incremento da biodiversidade animal e vegetal; e a regeneração de áreas degradadas.

Observados estes fatores, estão descritas as formações e ofertas turísticas dos empreendimentos associados à Rota Via Orgânica.

Neste sentido apresenta-se um mapa com a localização dos empreendimentos:

Ilustração 2 - Mapa Via Orgânica



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

A Cooperativa Vinícola Garibaldi, uma sociedade de produtores, atualmente, está composta por 400 famílias associadas e encontra-se no centro da cidade de Garibaldi, autodenomina-se estar localizada no coração da serra gaúcha. Somando os espaços de produção, são cultivados 1.000 hectares de vinhedos. A descrição do negócio apresenta-se como componente na lista dos melhores do mundo e produtora do melhor espumante do Cone Sul, a Cooperativa também aposta na produção orgânica e biodinâmica com certificação internacional, sendo pioneira no Brasil (GARIBALDI, 2020b).

O comércio Davida Raízes do Sabor oferece, de forma exclusiva, conforme informações dos proprietários, lanches e almoços saudáveis com opções orgânicas. Dispõe de um espaço para cursos e oficinas culinárias, com o objetivo de educar e

promover a saúde, sempre com muito sabor. Também possui um comércio especializado em alimentos naturais e orgânicos (GARIBALDI, 2020b).

A loja Sabor Ecológico é especializada em produtos naturais e orgânicos, que tem como objetivo, transmitir a sensação e a confiança de retirar tudo da própria horta, porém em espaço urbano, no centro da cidade. São oferecidas hortaliças, legumes, frutas, sucos, geleias, molhos, chás, açúcar, café, farinhas, grãos, todos de cultivo a partir de processos que conceituam o alimento orgânico. Muitos dos alimentos são cultivados pelos proprietários. Também trabalha com produtos que facilitam dietas restritivas como linhas de produtos naturais, sem glúten, sem lactose, dietéticos e fitoterápicos (GARIBALDI, 2020b).

Utilizando a nomenclatura de “ecofábrica” se autointitula, por parte dos seus proprietários, a Econatura também conhecida como sua marca a Uva’Só foi construída predominantemente com materiais de reuso, utilizando processos que buscam minimizar o impacto ambiental. A propriedade possui, além da indústria, um espaço denominado espaço “Ecopipa” que é utilizado como área para degustação. A fábrica produz suco de uva, vinagres de vinho tinto, balsâmico e balsâmico envelhecido, vinagre de maçã e óleo de semente de uva, farinha da semente e da casca da uva, todos produzidos com manejo orgânico. Os produtos podem ser adquiridos na loja Sabor Ecológico e Davida Raízes do Sabor (GARIBALDI, 2020b). Observe as ilustrações abaixo que retratam a entrada na propriedade, os produtos e a “Ecopipa”, também são apresentadas ilustrações dos comércios Sabor Ecológico e Davida Raízes do Sabor.

Ilustração 3 – Entrada da propriedade Econatura



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 4 – Produtos Econatura



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 5 – “Ecopipa” na propriedade da Econatura



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 6 – Entrada do empreendimento Sabor Ecológico



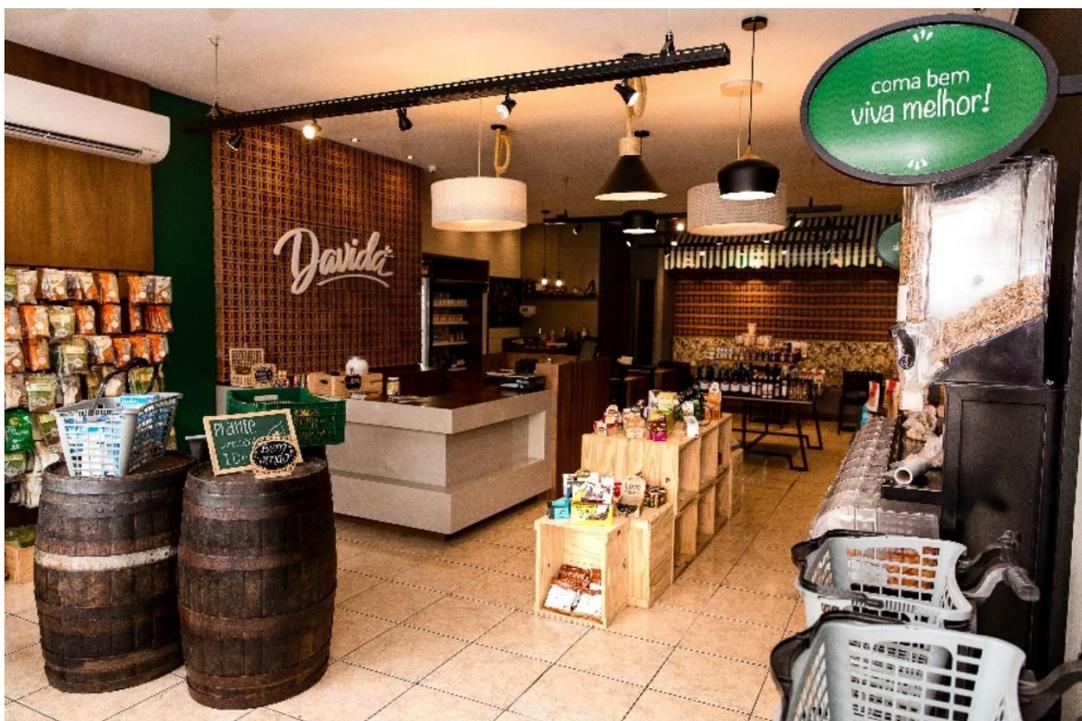
Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 7 – Produtos orgânicos comercializados no Sabor Ecológico



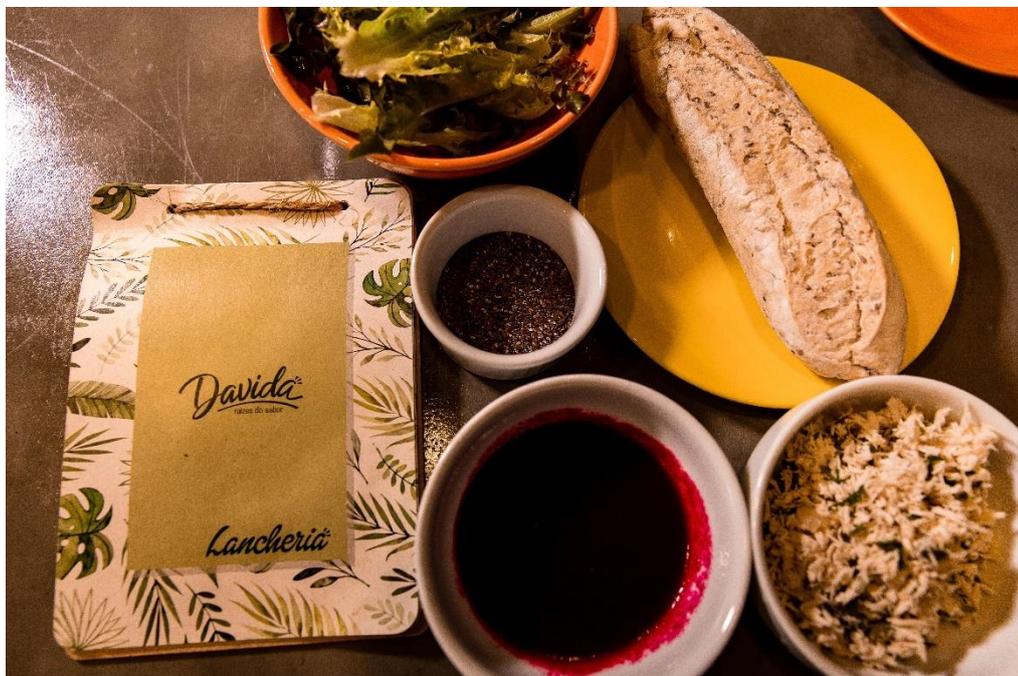
Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 8 – Comércio Davida Raízes do Sabor



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 9 – Alguns produtos para alimentação Davida Raízes do Sabor



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

O empreendimento que leva o nome da família, Família Boroto, dedica-se à elaboração de espumante orgânico, comercializado pela Cooperativa de Produtores

Ecologistas de Garibaldi (COOPEG). Na propriedade pode ser realizada degustação dos produtos, harmonizados com tábua de frios, chamada de *meredin perlage*, o visitante pode realizar caminhada pela propriedade e videiras, além de conhecer o processo de produção do espumante. Também é oferecido passeio às grutas e a capitéis repletos de histórias, próximos da propriedade (GARIBALDI, 2020b). Nas ilustrações que seguem são demonstrados os produtos da Família Boroto.

Ilustração 10 – Espumante Orgânico Família Boroto



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 11 – Alguns produtos da tábua de frios Família Boroto



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Com o mesmo apelo, o empreendimento Orgânicos Mariani, é gerenciado pela família Mariani e dedica-se à produção orgânica desde 1999, onde cultiva diversas variedades de frutas. Nela são produzidos vinhos, sucos, geleias e molhos, todos com manejo orgânico. Como atrativo, o visitante pode realizar o passeio de trator, com vista panorâmica, colher frutos e temperos da época. No local são comercializados produtos orgânicos (GARIBALDI, 2020b). Nas ilustrações que seguem podem ser visualizados alguns produtos oferecidos na propriedade.

Ilustração 12 – Sucos de frutas Orgânicos Mariani



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 13 – Molhos de tomate Orgânicos Mariani



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Destaca-se o como possibilidade de hospedagem, o Sítio Crescer que está localizado a menos de cinco quilômetros do centro de Garibaldi e produz hortaliças, temperos e frutas de produção orgânica. A estrutura da hospedagem configura-se como um hostel (hospedagem compartilhada), em uma construção sustentável, e hospedagem em quartos individuais. Nas ilustrações a seguir estão expostas imagens de algumas partes da estrutura ofertada no local.

Ilustração 14 – Quartos individuais no empreendimento Sítio Crescer



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 15 – Espaço de lazer no empreendimento Sítio Crescer



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Além da possibilidade de estadia, o local oferece espaços para realização de eventos, açudes para banho e pesca, sitiotur (tour guiado na propriedade, onde os visitantes conhecem os espaços de trator). Na propriedade existem e jardins, todos os espaços são utilizados para trabalhos de educação ambiental e espaços para espiritualidade, também recebe retiros mediante agendamento (GARIBALDI, 2020b). As ilustrações abaixo demonstram alguns espaços em meio à natureza oferecidos aos visitantes no Sítio Crescer.

Ilustração 16 – Entrada no empreendimento Sítio Crescer



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 17 – Trator utilizado no “sitiotur” no Sítio Crescer



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

O Sítio do Celo oferece uma paisagem silvestre, o local possui diversas plantas nativas e frutas exóticas. Também são produzidas frutas da época, que podem ser degustadas e adquiridas. Há presença de animais de raça pouco conhecida, como as ovelhas da raça Santa Inês. Destaca-se a degustação do caldo de cana (garapa) feito na hora. Pode proporcionar momentos de tranquilidade, há uma trilha com um caminho meditativo até um riacho (GARIBALDI, 2020b). Na sequência são evidenciadas algumas imagens da propriedade Sítio do Celo.

Ilustração 18 – Ovelhas criadas na propriedade Sítio do Celo



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 19 – Hortifrutis orgânicos produzidos na propriedade Sítio do Celo



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 20 – Imagem de parte do percurso na trilha da propriedade Sítio do Celo



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 21 – Paisagem natural no percurso na trilha da propriedade Sítio do Celo



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Destaca-se como equipamento na prestação de serviços de alimentos e bebidas (A&B) o restaurante Valle Rústico. O mesmo promove práticas além da alimentação, sendo mais que um restaurante, de acordo com informações dos responsáveis, o Valle Rústico é uma pequena propriedade rural localizada na Serra Gaúcha. Trabalha a partir de referências eco-gastronômicas. O proprietário é o premiado chef Rodrigo Bellora, que defende uma culinária sazonal e da terra, resultante da agricultura familiar, num conceito que ele denomina como “Cozinha de

Natureza”. Todos os conceitos se expressam através de menus degustação que mudam a cada dia ou semana, de acordo com a disponibilidade de ingredientes (GARIBALDI, 2020b). As ilustrações que seguem mostram imagens da propriedade e do Chef Rodrigo Bellora.

Ilustração 22 – Entrada da propriedade Valle Rustico e o Chef Rodrigo Bellora



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Ilustração 23 – Estrutura externa do Serviço de alimentação Valle Rustico



Fonte: Fotógrafo Samuel Slovinski Boff

Conhecidas as ofertas descritas acima, averigua-se que os empreendimentos se mostram aptos ao recebimento de visitantes acolhendo diferentes necessidades no entorno do manejo orgânico. Percebem-se propostas distintas que possibilitam as necessidades fisiológicas descritas pelo psicólogo americano Abraham H. Maslow (PERIARD, 2018)

Em concordância com Boullón (2002) o empreendimento turístico e seus atrativos integram os equipamentos e as instalações para possibilitar os serviços vendidos. O potencial para operação da Rota Via Orgânica não se dá apenas pelas matérias-primas que refletem o apelo à rota, mas sim as possibilidades de infraestrutura e superestrutura existentes para usufruto, acesso e segurança do visitante. O mesmo autor reporta como função primordial da infraestrutura a vinculação entre os estabelecimentos em busca de seus interesses particulares enquanto, e a superestrutura, compreendendo todos os organismos especializados, tanto públicos quanto privados, atuando com objetivo de proporcionar acesso, segurança e satisfação dos usuários na composição dos produtos turísticos.

Neste estudo a superestrutura é analisada como objetivo da pesquisa e os motivos para a realização deste estudo abrangem os cunhos de conhecimento e ascensão do objeto como prática concreta. Desta maneira, destaca-se a Rota Via Orgânica como objeto de estudo desta pesquisa, e fundamentalmente analisando os seus trajetos territoriais e a sua formação como produto turístico ofertado. Pensa-se como razão para esta pesquisa, que podem ser orientadas por fundamentações intelectuais (desejo de conhecer pela própria satisfação de conhecer) e por motivos práticos (desejo de conhecer com vistas a fazer algo de maneira mais eficaz) e assim dar uma resposta prática a esta governança (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

A origem da Rota Via Orgânica ocorreu através da união de produtores agroecológicos e artesanais, apoiados pela Prefeitura Municipal de Garibaldi – Secretaria de Turismo e Cultura e SEBRAE RS, tendo seu lançamento em 18 de outubro de 2016, de acordo com o Regulamento Interno da Via Orgânica (Anexo 1). Para formação, desenvolvimento e planejamento da rota, foram convidados empreendedores que trabalham com produção orgânica a participar de reuniões, para tanto, receberam visitas do Sebrae RS, o qual analisa e sugere propostas e adequações necessárias para o desenvolvimento com vista ao turismo. Neste início havia cerca de 16 empreendedores interessados, sendo que atualmente o grupo é composto por 9 empreendimentos, os quais todos participaram da pesquisa (realizada no mês de julho de 2020).

Para prosseguir com as ofertas da Rota Via Orgânica estão envolvidos os associados e a Secretaria de Turismo do Município de Garibaldi –RS. São realizadas reuniões compostas pelos empreendedores associados juntamente com representantes da Secretaria de Turismo da Prefeitura Municipal de Garibaldi – RS. Estas reuniões têm o objetivo de alinhar propostas de melhorias em prol da ascensão da rota. Frente ao cenário atual, pandemia pelo COVID-19, as reuniões estão ocorrendo de forma digital, através de videoconferências.

Os próprios associados/ empreendedores da rota compõem uma hierarquia de cargos administrativos que representam a Rota em diferentes situações. Os cargos são: presidente, secretário (a), tesoureiro (a). A comunicação pelas mídias digitais é realizada por um associado que se voluntariou à causa.

A história de cada empreendimento distingue-se em relação às datas e formas como foram criadas. A Cooperativa Vinícola Garibaldi surgiu em 1931 e começou o trabalho com produtos orgânicos em 2001 juntamente com 20 famílias de associados. De acordo com a entrevistada, em 1931 famílias se uniram frente a uma crise para se fortalecer, iniciando com 73 famílias, hoje em dia, está composta por 400 famílias associadas.

A Família Boroto, se auto denomina pioneira na produção de orgânicos, atua desde meados dos anos 90, tendo participação na fundação da Cooperativa de Produtores Ecologistas de Garibaldi (Coopeg) e dentro dela, foram responsáveis por

produzir o primeiro espumante orgânico do Brasil. Desde então vem transformando a propriedade para o manejo orgânico.

Os Orgânicos Mariani possuem a propriedade orgânica desde 1999, no início comercializavam seus produtos a partir da Coopeg. Orgânicos Mariani foi criado pela proprietária atual, a qual, antigamente era auditora de qualidade e neste trabalho, conheceu os orgânicos através de visitas que realizava na empresa em que costumava trabalhar. Registrou a empresa e a marca que é associada a Coopeg. Observa possibilidade de crescimento no ramo e incentiva a realização de cursos que envolvem preparação de alimentos orgânicos com objetivo de desenvolvimento da comunidade.

A empresa Sabor Ecológico foi criada em 2009 pela entrevistada e seu marido. Por estímulos e hábitos alimentares voltados aos orgânicos, desde a infância, a entrevistada relatou sua busca por produtos diferenciados na região sempre tendo dificuldade em encontrar alimentos orgânicos variados na localidade, assim, com participação do marido observaram a oportunidade do negócio e deram início ao empreendimento. No início produziam variedades e abasteciam a loja, com a grande demanda se especializaram em determinados frutos e comercializam, além destes, produtos de agricultores com manejo orgânico regional.

O Sítio Crescer se originou após a compra da propriedade em 2009 e, em 2010 começaram a produzir orgânicos, associados a cooperativa, vendiam os alimentos orgânicos resultantes de suas produções. Apenas em 2016, junto com a inauguração a Rota houve a oferta de hospedagem já estruturada proporcionando a recepção dos turistas através do estilo hostel.

A empresa Uva'Só iniciou em 1996 no interior de Roca Sales e em 2001 se estabeleceram em Garibaldi. A origem se deu através da união de duas famílias, entre cunhados e suas mulheres, e, desde o início trabalhando com a uva orgânica e derivados, suco de uva, vinagres e óleo. Em 2018 começaram a trabalhar com outros tipos de frutas orgânicas como maçã e laranja desenvolvendo outros produtos como suco de maçã e laranja orgânicos. Percebe necessidade na adequação turística para recepção de visitantes além das dos grupos com intuito de visitas técnicas.

O Valle Rústico, serviço de alimentação que oferece um cardápio fixo e sazonal ao visitante, começou em 2008 pela compra da propriedade pelo empreendedor atual e foi aberto ao público em 2009 proporcionando refeições aos turistas e consumidores locais. Neste início estava presente, com maior frequência, o fundador do negócio e,

após alguns anos, sua mulher juntou-se à parte profissional para colaborar com as necessidades administrativas da empresa que encarou um crescimento significativo.

A Davida completa 3 anos de empreendimento comercial até o momento desta pesquisa e foi criada por dois irmãos nascidos na cidade de Garibaldi-RS.

A propriedade onde encontra-se o Sítio do Celo foi comprada em 1997, a qual era composta por mata nativa, pouco polida em termos de não terem sido realizadas intervenções humanas como podas ou controles sobre o ambiente natural e, desde então aprimora-se na produção de alimentos orgânicos, visitas que envolvem trilhas em mata natural, assim como, analisa uma proposta de turismo de aventura dentro da propriedade. O proprietário, sua mulher e sobrinho administram a propriedade atualmente. Segundo o empreendedor, seu objetivo de trabalhar com alimentos e bebidas de produção orgânica permeia a sustentabilidade ambiental, a saúde dos produtores e consumidores, melhor qualidade do alimento, melhor custo-benefício, preservação do ecossistema, filosofia de vida, potencial de crescimento do nicho além da possibilidade de permuta de insumos pelos produtores que realizam o manejo orgânico, criando redes e vínculos a partir dos produtos, assim como, muitos valorizam e consomem este tipo de alimento por remeter memórias de hábitos de infância.

Na maior parte dos empreendimentos percebe-se que a atuação dos entrevistados no meio da produção orgânica é ampla envolvendo atividades de produção e gestão dos negócios que representam. Todas as propriedades desfrutam de familiares para as diferentes tarefas que circundam os negócios e sua permanência no mercado.

Para definição das atividades e dos produtos turísticos foram observados os potenciais locais dos empreendimentos, assim como as características específicas de cada alimento e suas possibilidades. Segundo os entrevistados, o Sebrae RS foi responsável por elucidar possibilidades para os empreendimentos, assim como a percepção dos próprios empreendedores em relação à demanda de clientes. A decisão final sobre os produtos turísticos foi de responsabilidade dos proprietários e suas famílias.

Em relação à disponibilidade dos produtos e serviços oportunizados pela Rota Via Orgânica, os associados, juntamente com a Secretaria de Turismo do município de Garibaldi, reúnem-se e analisam possibilidades para aumentar a variedade de ofertas e abranger diferentes necessidades dos turistas. Todos os associados

possuem qualificação direcionada ao turismo, principalmente cursos oferecidos pelo Sebrae (RS) que tem objetivo de orientar, trazer alternativas, apresentar outros locais turísticos e cumprir a necessidade de comprovação em participação de cursos para melhor atendimento ao turista, exigência esta, que consta no regulamento interno da rota. Estas determinações são discutidas em reuniões já citadas anteriormente. Além das reuniões, os associados demonstram uma rede de apoio e fiscalização dos produtos oferecidos pela Rota Via Orgânica através de visitas e acompanhamentos entre os associados e os interessados em se associar na rota.

Os requisitos necessários para que um novo empreendimento possa se coligar a Rota Via Orgânica constam no Regulamento Interno da Via Orgânica (Anexo 1) e fundamentalmente que seja produtor ou comerciante de alimentos orgânicos (certificados), além, de ter como filosofia de vida todas as questões de sustentabilidade ambiental inseridas na vida cotidiana.

5 CONCLUSÃO

Compreender a formação do produto turístico é uma atividade complexa que abrange diferentes atores e análise dos planejamentos. A origem da Rota Via orgânica demonstra-se pela junção de interesses de atores do âmbito estadual através de consultorias do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae RS), da colaboração da secretaria Municipal de Garibaldi e os proprietários dos empreendimentos interessados em fazer parte de uma rota turística.

Para origem da Rota Via Orgânica, os empreendimentos interessados em realizar atividades além do manejo agrícola, incluindo produção de alimentos e bebidas orgânicos, foram visitados e diagnosticados a partir de uma análise estratégica com objetivo de verificar a capacidade de inserção de atividade turística. O Sebrae realizou as visitas e aplicou um questionário para levantar as possibilidades já existentes, dentre outras oportunidades a serem aprimoradas para oferecer ao visitante.

Analisados os documentos que resultam nos diagnósticos dos locais percebe-se que foram utilizados parâmetros de análise de acordo com Boullón (2002) em relação às possibilidades de infraestrutura e superestrutura.

Além da investigação, o Sebrae sugeriu atividades em potenciais que poderiam ser trabalhadas e oferecidas na propriedade. Observa-se que tanto pela pesquisa de potenciais do Sebrae quanto nas normas do Regimento Interno da Via Orgânica existe a exigência de qualificação na área turística de alguma forma. Houveram orientações em relação à infraestrutura do local, observando-se uma colaboração não só do Estado representado pelo Sebrae mas também dos atores sociais referenciados pelos proprietários do empreendimento. Esta afirmação vai ao encontro das concepções de Boullón que reconhece as possibilidades de uma gestão mista entre o público e o privado, como descrito no referencial teórico desta pesquisa.

Percebeu-se apoio do Estado interferindo de acordo com suas atribuições onde reconhece e busca fortalecer a Rota Via Orgânica a partir da publicação da Lei Nº 5000, de 15 de agosto de 2017 que dispõe sobre o plano plurianual para o quadriênio 2018-2021. Assim como existe uma mobilização da própria Rota orientando ações e decisões para acolhimento de novos estabelecimentos assim como, regendo posturas internas dos associados por meio do Regimento Interno da Rota Via Orgânica.

A infraestrutura concebida pelos locais onde acontecem as visitas está composta por estabelecimentos que oferecem ao turista hospedagem, alimentação, entretenimento, tecnologia na produção de alimentos e acesso à cultura local. Representada pela Secretaria Municipal de Turismo, dispõe a superestrutura responsável por controlar a qualidade dos serviços, assim como dos preços praticados e fixados, promover o turismo, planejar o desenvolvimento e estimular os investimentos da iniciativa privada que são os próprios estabelecimentos que compõem a Rota.

Durante os processos de planejamento e solidificação da Rota Via Orgânica houveram algumas desistências. A história inicia com quinze (15) empreendimentos interessados na adesão a Rota Via Orgânica, porém por motivos particulares, hoje em dia, são associados nove (9) empreendimentos.

Ressalta-se a cultura fortemente movida pela cooperação. Desde os primórdios de transformação das propriedades em orgânicas certificadas (todas são e este é um requisito para participar da Rota) os empreendedores relatam a união com outros produtores de outros municípios para compartilhar técnicas e conhecimentos no manejo da terra e produção dos alimentos, assim como, um dos associados remete à história do negócio tendo início pela cooperação de produtores em prol de crescimento e saúde financeira dos agregados em períodos de dificuldade.

A experiência positiva que esta forma de trabalho trouxe para os atores sociais segue jornada e é visivelmente perceptível quando se refere às auditorias realizadas nas propriedades para manutenção da certificação orgânica. São realizadas auditorias participativas cujo propósito é a certificação da produção por parte dos próprios agricultores, técnicos e consumidores, que realizam visitas uns aos outros, corporificando um trabalho colaborativo. O objetivo deste trabalho é garantir a qualidade orgânica dos alimentos formando uma comunidade responsável pelos produtos fiéis às diretrizes que regem a produção orgânica de acordo com a legislação.

Este fortalecimento de grupos demonstra a união dos empreendimentos que visam a regularidade e crescimento de suas propriedades, ponto em ênfase que colaborou na junção dos atores sociais para origem e desenvolvimento da Rota Via Orgânica.

Sob outra perspectiva, a partir das entrevistas realizadas percebe-se uma ideologia fundante, a qual, os associados estão inseridos em um contexto cotidiano

da vivência, produção e consumo de alimentos orgânicos. Quando se fala em ideologia, deixa-se claro que não se está estudando este conceito e somente pensando e valores comuns que seriam as práticas cotidianas destes com relação aquilo que o grupo identifica como manejo orgânico e alimentos e bebidas. Demonstra-se uma preocupação com produtores, consumidores e com os recursos naturais para manter a proposta turística baseada em uma cultura praticada e acreditada. Ao consumo do produto orgânico pode-se pensar em demandas eminentes definidas como representações e construções simbólicas (BAILLY, 1995). Neste contexto dar-se percentualmente o confronto do relativismo proposto como cenário real de uma utopia construída por diversos atores entre produtores e consumidores.

Dentre estas afirmações pode-se perceber que a formação dos produtos turísticos teve raízes, a partir da governança, influenciada e reivindicada pela filosofia de vida dos empreendedores. Observaram-se os meios, os costumes e os possíveis produtos que poderiam ser oferecidos aos visitantes e desta união surgiram os produtos turísticos disponibilizados pela Rota Via Orgânica.

A seleção e consagração dos produtos turísticos se dá a partir do cumprimento, análise e acompanhamento das propriedades de acordo com o Regimento Interno. A renovação e criação de novos produtos a serem ofertados pelos empreendimentos é avaliada pelo grupo de associados e aprovada em reuniões. De acordo com os resultados das entrevistas vislumbra-se um interesse na variedade de ofertas para suprir as necessidades básicas dos turistas, abrangendo alimentação, hospedagem e entretenimento, assim como, alguns associados relataram o interesse de compartilhamento de técnicas agrícolas e de produção, configurando não só um perfil de turista mas também um turismo de negócios, formato turístico que não está abarcado e não é o foco desta pesquisa.

A pluralidade dos produtos turísticos consolidados na Rota Via Orgânica estende possibilidades a outras atividades turísticas que poderão ser agregadas nas propriedades, as quais estão sendo analisadas e estão sendo consideradas as sugestões dos próprios visitantes que trazem demandas distintas e algumas, possíveis de serem implantadas futuramente pelos estabelecimentos.

Diante do contexto em que esta pesquisa foi realizada, muitas adaptações foram realizadas para manter a união do grupo e a continuidade da Rota Via Orgânica. Observa-se nos relatos das entrevistas que os associados seguem engajados para

existência da Rota. As reuniões não tão frequentes quanto alguns associados esperavam continuaram acontecendo de maneira *on line*, fato que contempla o desconforto, mas também a percepção de capacidade de adaptação de alguns associados às tecnologias disponibilizadas para comunicação entre os mesmos e com os visitantes.

Distingue-se o engajamento de determinados associados para com as tecnologias relacionadas às mídias sociais, onde existe uma configuração hierárquica que organiza publicações envolvendo fotografia profissional e material escrito que são comumente expostas nas redes sociais da Rota. Alguns atores sociais argumentam a importância da união deste grupo no compartilhamento de problemas e soluções com vistas ao enaltecimento de toda a Rota. Mediante as entrevistas, verifica-se que a indicação de visitas aos demais empreendimentos que compõem a Rota parte dos próprios associados e segue respaldada pela Secretaria Municipal de Turismo, a qual, orienta os interessados por comunicações digitais e verbais quando procurados na Prefeitura Municipal de Garibaldi (RS).

Responsáveis pela construção da Rota, estão envolvidos atores sociais, dentre eles os empreendedores dos locais de visita da rota, atores governamentais, a Secretaria de Turismo do Município de Garibaldi (RS) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidade privada sem fins lucrativos que apresenta como função a atuação como agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento.

Percebe-se a forte influência da governança a partir da participação ativa do Sebrae, da Secretaria Municipal do Turismo de Garibaldi e dos empreendedores envolvidos em todos os processos desde a origem até a consolidação ativa percebida até os dias que encerram esta pesquisa.

O planejamento demonstrou-se fundamental aliado à governança na criação da Rota Via Orgânica, predispondo organização, assertividade, regularidade e consolidação da rota turística.

Imprescindível a necessidade de estudos em torno do turismo rural vinculado a gastronomia, principalmente voltados ao nicho gastronômico que incute a cultura de determinada população. O potencial observado pela união da gastronomia ao turismo demonstra-se proeminente possibilitando a afirmação da tradição, diferencial turístico e valorização da sociedade que habita a região turística.

O manejo orgânico na produção de alimentos e bebidas vem se mostrando vantajoso e único na criação de atrativos turísticos singulares, o qual, respeita as características naturais interferindo, não apenas de forma positiva, mas também contribuindo para continuidade da existência da flora e da fauna.

Conclui-se que esta pesquisa esclareceu os questionamentos dos investigadores transparecendo as tendências de turismo e gastronomia ecológica e financeiramente sustentáveis e deixam a diligência na prospecção de mais estudos que enaltecem rotas e roteiros com este apelo, a saúde!

REFERÊNCIAS

- ALVES, A. J. L. Ciência e ideologia no pensamento de Marx. *In*: DEL GAUDIO, R. S.; PEREIRA, D. B; (Orgs.). **Geografias e ideologias: submeter e qualificar**. Belo Horizonte: EdUFMG, 2014, p. 155-171.
- ANDRADE, L. M. S.; BERTOLDI, M. C. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG. **Brazilian Journal of Food and Technology**, IV SSA, maio 2012, p. 31-40. <http://dx.doi.org/10.1590/S1981-67232012005000034>. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/bjft/v15nspe/aop_bjft_15e0106.pdf Acesso em: 12 nov. 2019.
- ANDRÉ, Y. **Enseigner les représentations spatiales**. Paris: Anthropos, 1998.
- ANGELI, M.N.B. **Planejamento e organização em turismo**. 5 ed. São Paulo: Papirus, 1991.
- BAHL, M. Roteiros e Eventos como elementos dinâmicos no desenvolvimento regional do Turismo. *In*: Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 3., Caxias do Sul – RS, 2005. **Anais [...]**. Disponível em: www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt13-roteiros.pdf Acesso em: 02 maio 2020.
- BAILLY, A. Géographie regionale et représentation. *In*: BAILLY, A.; DEBARDIEUX, B. (org.). **Géographie regionale et représentation**. Paris: Anthopos, 1995, p. 25-34.
- BENI, M.C. **Política e Planejamento Estratégico no Desenvolvimento Sustentável do Turismo**. Turismo em Análise, v. 17, n. 1, p. 5-22, maio 2006. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/rta/article/download/68228/70775>> Acesso em 18 de abril de 2021.
- BENSA, A. O singular e o plural. *In*: ENCREVÉ, P.; LAGRAVE, R. M. (coord.). **Trabalhar com Bourdieu**. Rio de Janeiro: Vozes, 2005, p.145-154.
- BILHA, M. M.; SILVA, A. P. O sistema turístico na fronteira e a concepção da comunidade – Estudo de caso Uruguaiana/BR e Paso de los Libres/AR. *In*: Encontro Semintur Jr., 2., Caxias do Sul, 11-12 nov. 2011. **Anais [...]**, Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2011. ISSN 1806-0447. Disponível em: www.ucs.br/site/midia/arquivos/05_o_sistema_turistico.pdf. Acesso em: 08 ago. 2020.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. São Paulo: EDUSC, 2002.
- BRAGA, D. C. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BRAGA, G. B.; REMOALDO, P. C.; FIÚZA, A. L. C. A methodology for definition of rural spaces: an implementation in Brazil. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 46, n. 2, p. 375-380, fev. 2016. Disponível em: www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84782016000200375. Acesso em: 10 jun. 2020.

BRASIL. **Decreto-lei nº 9.791, de 14 de maio de 2019**. Dispõe sobre aprovação do Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Brasília, DF: Presidência da República, [2019a]. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9791.htm. Acesso em: 08 nov. 2019.

BRASIL. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2003]. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.831.htm Acesso em: 10 nov. 2019.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos**. Brasília, 16 abr. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/cadastro-nacional-produtores-organicos> Acesso em 25 abr. 2021.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Resolução nº 614 de 15 de fevereiro de 2019**. Brasília, DF: Conselho Nacional da Saúde, [2019b]. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2019/Reso614.pdf> Acesso em: 08 nov. 2019.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**. Brasília, 2007a. Disponível em: www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 06 maio 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Coordenação Geral de Regionalização. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 Promoção e Apoio à Comercialização**. Brasília, 2007b. Disponível em: www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/promocao_e_apoio_a_comercializacao.pdf. Acesso em: 06 maio 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **MTur divulga dados sobre Turismo Rural e revela importância do segmento**. Brasília, 22 dez. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-divulga-dados-sobre-turismo-rural-e-revela-importancia-do-segmento-1>. Acesso em: 23 jan. 2021.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Regionalização, sensibilização e mobilização**. Brasília: Ministério do Turismo, jan. 2019c. Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/mtur-cartilha-promocional-final.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. **Turismo rural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads

publicacoes/Turismo Rural Versxo Final IMPRESSxO .pdf. Acesso em: 10 jun. 2020.

CÉSAR, P. A. B. Roteiros turístico-culturais na Serra Gaúcha (RS-Brasil): escolha e formação dos percursos e seu apelo histórico memorial. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v. 10, n. 3, p. 416-434, set./dez. 2016. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/rbtur/v10n3/pt_1982-6125-rbtur-10-03-00416.pdf. Acesso em: 07 maio 2020.

CÉSAR, P. A. B. *et al.* Caminhos da Colônia: análise socioespacial do roteiro rural em Caxias do Sul (RS). *In: Congresso internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*, 9., São Paulo. **Anais [...]**, 2014. Disponível em: http://143.107.95.102/prof/kasolha/citurdess/anais/pdf/eixo6/GT6_4.pdf Acesso em: 12 jun. 2020.

CÉSAR, P. A. B. **Turismo e desenvolvimento sustentável**: análise dos modelos de planejamento turístico. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisas em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2005.

DAMIANI, A. L. O cotidiano na metrópole. *In: AGB. Anais do 5º Congresso brasileiro de geógrafos*, 5., Curitiba, 1994, p. 434-449. **Anais [...]**, Curitiba: AGB, 1994.

DIACONESCU, D. M.; MORARU, R.; STANCIULESCU, G. Considerations on Gastronomic Tourism as a Component of Sustainable Local Development. **Anfiteatru Economic**, v. 18, n. 10, p. 999 – 1014, nov. 2016. Disponível em: https://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_2583.pdf. Acesso em: 05 dez. 2019.

DUARTE, R. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar**, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Editora UFPR. Disponível em: www.scielo.br/pdf/er/n24/n24a11.pdf Acesso em: 08 ago. 2020.

FAUSTO, R. **Sentido da dialética**: Marx: lógica e política. Petrópolis (RJ): Vozes, 2015.

FERRO, R. C. Dimensões conceituais da gastronomia. *Contextos da Alimentação - Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade*, São Paulo, v. 5, n. 2, julho de 2017, p. 14-28. ISSN 2238-4200. Disponível em: www.researchgate.net/publication/318724650 Acesso em: 14 jun. 2020.

FORNEL, M. de. Habitus e etnométodos. *In: ENCREVÉ, P.; LAGRAVE, R. M. (coord.). Trabalhar com Bourdieu*. Rio de Janeiro: Vozes, 2005, p. 221-230.

FOUREZ, G. (1995). *A construção das ciências: introdução e a ética das ciências*. São Paulo: EdUnesp.

GARIBALDI. **Lei Nº 5000, de 15 de agosto de 2017**. Dispõe sobre o plano plurianual para o quadriênio 2018-2021. Garibaldi: Prefeitura Municipal, [2017]. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/plano-plurianual-garibaldi-rs>. Acesso em: 25 jul. 2019.

GARIBALDI. Secretaria Municipal de Turismo. **Rotas e Atrativos: Via Orgânica**. 2020a. Disponível em: <http://turismo.garibaldi.rs.gov.br/rotas-atrativos/via-organica>. Acesso em: 02 set. 2020.

GARIBALDI. Secretaria Municipal de Turismo. **Nossa história**. 2020b. Disponível em: <http://turismo.garibaldi.rs.gov.br/rotas-atrativos/via-organica>. Acesso em: 02 set. 2020.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: EdUFRGS, 2009. Disponível em: www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf. Acesso em: 18 set. 2019.

GHEORGHE, G.; TUDORACHE, P.; NISTOREANU, P. Gastronomic Tourism, a new trend for contemporary tourism? **Cactus Tourism Journal** v. 9, 2014, p. 12-21. Disponível em: <https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol9/nistorescu.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2019.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDMANN, L. **Ciências humanas e filosofia: o que é sociologia**. 5ª. ed. Difel, São Paulo, Rio de Janeiro, 1976.

GOMES, J. C. (org.). Caderno de turismo do Estado do Rio de Janeiro: passaporte para o desenvolvimento do Estado. Rio de Janeiro: Fecomércio, 2010. Disponível em: http://www.igeog.uerj.br/pdf/principal/caderno_de_turismo.pdf Acesso em: 12 nov. 2019.

HALL, C.M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Garibaldi: Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/garibaldi/panorama>. Acesso em: 10 set. 2019.

JUPIASSU, H. Interdisciplinaridade e patologia do saber. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LALLEMENT, M. História das ideias sociológicas 2: de Parson aos contemporâneos. Petrópolis (RJ): Vozes, 2012.

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. 2ed. São Paulo: Ed. 34, 1994.

LIEDKE, E. D.; COSTA, B. K. Uso de estratégias em empreendimentos de turismo rural: um estudo no Rio Grande do Sul. In: REJOWSKI, M; COSTA, B. K. (org.).

Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003, p. 125-142.

LIMA, L.C. O planejamento regional ajuda o turismo? In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A.F.A.; CRUZ, R.C.A.; (Orgs.) **Turismo: espaço, paisagem e cultura.** São Paulo: Hucitec, 2002, p. 193 – 200.

LÖWY, M. **Marxismo contra positivismo.** São Paulo: Cortez, 2018.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, São Paulo, v. 26-27, p. 149-158, 1990-1991.

MANZINI, E. J. Entrevista semi-estruturada: Análise de objetivos e de roteiros. **Consagro**. Pelotas/RS: Universidade Federal de Pelotas. 2012. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/consagro/2012/03/16/entevista-semi-estruturada-analise-de-objetivos-e-de-roteiros/>. Acesso em: 12 ago. 2020.

MARTINELLI, M. L. O uso de abordagens qualitativas na pesquisa em serviço social. In: MARTINELLI, Maria. L. (Org.). **Pesquisa qualitativa: um instigante desafio.** São Paulo: Veras, 1999, p. 19.29.

MINAYO, M. C. de S. (org.). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade.** 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NOVAES, M. H. Turismo rural como fator de desenvolvimento local e regional em Santa Catarina. In: REJOWSKI, M. COSTA, B. K. C. (org.). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão.** São Paulo: Atlas, 2003, p. 29-41.

PERIARD, G. A hierarquia de necessidades de Maslow – O que é e como funciona. **Ministério da Infraestrutura**, Brasília, 05 mar. 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/gestao-estrategica/artigos-gestao-estrategica/a-hierarquia-de-necessidades-de-maslow>. Acesso em: 08 nov. 2019.

PIAGET, J. **Estudos sociológicos.** Rio de Janeiro: Forense, 1973.

PINTO, L. J. S. *et al.* A gastronomia regional no turismo rural da metade sul do Rio Grande do Sul. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 5, n. 2, p. 205-220, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/10966> Acesso em: 05 dez. 2019.

PRIVITERA, D. The importance of organic agriculture in tourism rural. **Applied Studies in Agribusiness and Commerce**, Budapest, v. 4, 2010, p. 59-64. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/d7a1/f00afeaaa07e37399e146334a3e136e21881.pdf> f. Acesso em: 10 jun. 2020.

REJOWSKI, M.; COSTA, B. K. (org.). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão.** São Paulo: Atlas, 2003.

RUSCHMANN, D. M.; **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. São Paulo: Papyrus, 1997.

RUSCHMANN, D. M.; SOLHA, K. T. (org) **Planejamento Turístico**. Barueri, SP: Manole, 2006.

SANTOS, M. H. de C. Governabilidade, Governança e Democracia: Criação de Capacidade Governativa e Relações Executivo-Legislativo no Brasil Pós-Constituinte. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 3, 1997. ISSN 1678-4588. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52581997000300003&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 maio 2019.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4ed. São Paulo: Edusp, 2004.

SCHERER, L. *et al.* A Rota Via Orgânica - Turismo Sustentável na Inovação em Ecoturismo e Turismo Gastronômico. *In*: FÓRUM INTERNACIONAL ECOINOVAR, 6., 2017, Santa Maria/RS. **Anais** [...]. Santa Maria: Ecoinnovar, 2017, p. 1-15. Disponível em: <http://ecoinovar.com.br/cd2017/arquivos/artigos/ECO1653.pdf>. Acesso em: 8 out. 2019.

SELL, C. E. **Sociologia clássica**: Marx, Durkheim e Weber. 5ªed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2013.

SILVA, A. R.; RUDZEWICZ, L. Turismo rural no município de Rodeio Bonito, Rio Grande do Sul, Brasil: olhares e expectativas locais. *In*: VIII CITURDES - Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 8., Chaves (Portugal), 25-27 jun. 2012. **Anais** [...]. Chaves: CITURDES, 2012. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/pasosrep7.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2019.

SILVA, M.; VALDEMARIN, V. T. (orgs.). **Pesquisa em educação**: métodos e modos de fazer [online]. São Paulo: UNESP; Cultura Acadêmica, 2010. 134 p. ISBN 978-857983-129-4. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/8w6rd/pdf/silva-9788579831294-03.pdf> Acesso em: 05 out. 2019.

SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SOLHA, K. T. Política de turismo: desenvolvimento e implantação. *In*: RUSCHMANN, D. M.; SOLHA, K.T. (org). **Planejamento Turístico**. Barueri, SP: Manole, 2006, p. 89-100.

SOUZA, M.; KLEIN, A. L. Normativas, regulamentações e políticas públicas para o turismo rural. *In*: SOUZA, M. de; DOLCI, T. S. (org.). **Turismo rural**: fundamentos e reflexões. Porto Alegre: UFRGS, 2019, p. 9-22. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/193048>. Acesso em: 01 de maio de 2021.

SOUZA, M.; KLEIN, A. L. Rural, ruralidade, pluriatividade e multifuncionalidade do desenvolvimento rural. *In*: SOUZA, M. de; DOLCI, T. S. (org.). **Turismo rural**:

fundamentos e reflexões. Porto Alegre: UFRGS, 2019, p. 9-22. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/193048>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SOUZA, M.; KLEIN, A. L.; RODRIGUES, R. G. Turismo rural: conceitos, tipologias e funções. *In*: SOUZA, M. de; DOLCI, T. S. (org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. Porto Alegre: UFRGS, 2019, p. 23-40. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/193048> Acesso em: 10 jun. 2020.

TRINDADE, B. S.; CÉSAR, P. A. B.; VIANNA, S. L. G. Governança do Turismo: Planejamento e Gestão Local e Regional em Gramado-RS, Brasil. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 11, n. 3, 2019, p. 653-663. Disponível em: www.ufrgs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/6496. Acesso em: 24 nov. 2019.

VALADARES, C. A Rota dos Espumantes e a evolução do turismo de Garibaldi. Brasília: Ministério do Turismo, 19 jun. 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5158-a-rota-dos-espumantes-e-a-evolu%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-de-garibaldi.html>. Acesso em: 05 dez. 2019.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO). Affiliate Members Report - Second Global Report on Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid, 2017. Disponível em: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_report_web.pdf Acesso em: 20 out 2019.

YEOMAN, I.; MCMAHON-BEATTE, U. The future of food tourism. **Journal of Tourism Futures**, v. 2, n.1, p. 95-98, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2015-0051>. Acesso em: 10 jun. 2020.

ZANETI, T. B.; SCHNEIDER, S. A conversa chegou à cozinha: um olhar sobre o uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea. **Revista Mundi Meio Ambiente e Agrárias**, Curitiba, v.1, n.1, jan./jun. 2016, p. 1-27. Disponível em: <http://periodicos.ifpr.edu.br/index.php?journal=MundiMAA&page=article&op=view&path%5B%5D=125&path%5B%5D=42>. Acesso em: 12 maio 2019.

APÊNDICE 1 – QUESTÕES UTILIZADAS PARA GUIAR A ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

1. Quem criou a Rota Via Orgânica?
2. Quando a Rota Via Orgânica foi criada?
3. Quais pessoas estavam envolvidas para a criação da Rota?
4. Quais pessoas se envolvem hoje para prosseguir com a oferta da Rota Via Orgânica?
5. Existe alguma relação sua ou de seu empreendimento (produto turístico) com a Rota Via Orgânica?
6. Quando o negócio surgiu?
7. Quem foram os responsáveis pelo negócio?
8. Por que produzir alimentos orgânicos?
9. De que forma você atua neste meio (de produção orgânica)?
10. O que foi levado em consideração para definir quais seriam as atividades e os produtos oferecidos aos turistas?
11. Quais pessoas estavam envolvidas no processo de decisão sobre o produto / atividade que é oferecida aos visitantes?
12. Como os associados se relacionam em prol da Rota Via Orgânica?
13. Quais requisitos são necessários para fazer parte da Rota Via Orgânica?

ANEXO 1 – REGULAMENTO INTERNO VIA ORGÂNICA

REGULAMENTO INTERNO VIA ORGÂNICA

A Via Orgânica é uma rota turística, formada pela reunião de produtores agroecológicos e artesanais, com sua formação e desenvolvimento apoiados pela Prefeitura Municipal de Garibaldi – Secretaria de Turismo e Cultura e SEBRAE RS, e que se regerá, em seus termos específicos, pelo presente Regulamento Interno.

DOS OBJETIVOS:

Artigo 1º - São objetivos da Via Orgânica:

- a) desenvolver a promoção e divulgação dos produtores e empreendimentos do grupo;
- b) desenvolver formas de aproximação entre os produtores e empreendimentos com turistas e consumidores;
- c) estruturar, ordenar e qualificar os empreendimentos participantes;
- d) contribuir com o crescimento da produção agroecológica, sustentável e consciente;
- e) promover o desenvolvimento da agricultura e comércio orgânico local;
- f) cooperar com a preservação ambiental;
- e) diversificar e qualificar a oferta turística em nosso município.

DOS MEMBROS:

Artigo 2º - Poderão participar da Via Orgânica, qualquer produtor orgânico, que:

- a) trabalhem com produção agroecológica e artesanal;
- b) tenham uma propriedade orgânica certificada;
- c) sejam indivíduos engajados com a preservação ambiental, consumo consciente e tenham uma adequada política de resíduos;
- d) possuam a propriedade ou sede no Município de Garibaldi ou até 3 quilômetros de distância da divisa do município, ou residam no município.
- e) apresentem condições higiênico-sanitárias para atender e receber turistas;
- h) busquem a excelência no atendimento ao turista.

Artigo 3º - Os participantes da Via Orgânica poderão participar nas seguintes categorias:

- a) Fundadores – todos os participantes que estiveram presentes no processo de construção da Via Orgânica e no lançamento da Rota Turística em 18 de outubro de 2016;
- b) Efetivos – aqueles com proposta de adesão aprovada em reunião dos participantes.

Parágrafo Primeiro – Os empreendimentos candidatos a participantes efetivos da Via Orgânica deverão:

- a) apresentar a documentação comprobatória de propriedade orgânica certificada;
- b) apresentar por escrito para representantes do grupo o cadastro da unidade produtiva com histórico da propriedade e do produtor;
- c) apresentar justificativa de intenções de participar da rota e a proposta da oferta de serviços e atrativos;
- d) receber a visita de dois membros da Via Orgânica, cumprindo os requisitos estabelecidos pelo grupo;
- e) comprovar participação em curso de atendimento ao turista;
- f) pagar a joia estabelecida de 1 (um) salário mínimo, podendo ser parcelada em até 4 (quatro) vezes, após aprovação;

Parágrafo Segundo – Após prévia avaliação das condições estabelecidas no parágrafo primeiro, a aceitação do candidato será decidida em reunião dos membros, em votação, pela maioria simples de votos.

DOS DIREITOS:

Artigo 4º - Os participantes fundadores e efetivos terão direito de participar em todos os eventos e promoções da Via Orgânica e benefícios resultantes de suas atividades.

Artigo 5º - Direito de uso da imagem, do logotipo e de material promocional de divulgação da Via Orgânica;

Artigo 6º - Do direito de votar e ser votado nas eleições internas do grupo e representar a rota em diferentes atividades;

DOS DEVERES:

Artigo 7º - O participante obriga-se a cumprir o presente Regulamento Interno, além de zelar pela imagem da Via Orgânica.

Artigo 8º - É obrigação de todos os participantes o pagamento da anuidade e de taxas e contribuições adicionais, estabelecidas em reunião.

Parágrafo Único – O valor inicial da anuidade foi definido em R\$50,00, no ano de 2017, com reajuste anual de 20%, pago até julho do ano vigente.

Artigo 9º - O participante que descumprir o presente Regulamento Interno, ou deixar de cumprir com os pagamentos em um prazo de 30 (trinta) dias, após o vencimento, é passível de penalidades que poderão culminar com a exclusão do Grupo, sem direito a qualquer tipo de indenização e ou compensação.

DA FREQUÊNCIA:

Artigo 10º - O participante que faltar a reuniões por duas vezes consecutivas ou quatro vezes alternadas, sem apresentar justificativa, no período de um ano, está sujeito a penalidades, inclusive exclusão.

Artigo 11º - Qualquer participante poderá, por iniciativa própria, desligar-se do quadro social da rota turística, desde que manifeste por escrito, de carta datada e assinada, ou pessoalmente em reunião com os demais membros, com justificativa ou motivação específica.

DAS REUNIÕES:

Artigo 12º - As reuniões da Via Orgânica serão previamente agendadas e informadas aos integrantes com data, horário e local da reunião.

DAS COMISSÕES:

Artigo 13º - A Via Orgânica poderá formar comissões para desempenhar seus objetivos, previstos no presente Regulamento Interno.

Parágrafo único. As comissões serão formadas de forma voluntária, com validação pelo Coordenador do grupo.

Artigo 14º – Todos os participantes receberão anualmente visita em seus empreendimentos, de duplas compostas por membros do grupo, estabelecidas em reunião, analisando o check list proposto pelo grupo, anexo a este regulamento.

DA DIRETORIA:

Artigo 15º – O Coordenador, o Secretário e o Tesoureiro da Via Orgânica serão votados em reunião, e terão o mandato de 1 (um) ano, podendo serem reeleitos por duas vezes consecutivas, limitada a duas vezes.

Artigo 16º - Ao coordenador caberá:

- a) Representar ativa, passiva, judicial e extra-judicial a entidade Rota Via Orgânica;
- b) Convocar reuniões, assembleia geral, ordinária e extraordinária;
- c) Movimentar e assinar documentos hábeis referentes à conta bancária da Via Orgânica, junto com o tesoureiro;
- d) Assinar documentos necessários à vida administrativa da rota.
- e) Manter e ter sob sua guarda todos os arquivos e documentos da rota em meio digital;
- f) Cumprir e promover as normas estabelecidas neste Regulamento Interno e em atos complementares emitidos pela diretoria ou comissões que venham a ser formadas com objetivos específicos;

Artigo 17º - Ao Secretário caberá:

- a) Secretariar as reuniões, fazer ata ou memória com os pontos e assuntos abordados e definidos;
- b) Redigir e manter em dia as correspondências da rota;

Artigo 18º - Ao tesoureiro compete:

- a) Controle das entradas e saídas de valores;
- b) Efetuar os pagamentos autorizados e recebimentos devido à rota;
- c) Apresentar os balancetes semestrais e o balanço anual;
- d) Assinar, junto com o presidente, toda a documentação financeira.

DA RECEITA:

Artigo 19º – Todas as receitas auferidas pela Via Orgânica destinam-se única e exclusivamente ao desempenho de suas finalidades, não tendo por objetivo adquirir ou somar patrimônio.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS:

Artigo 20º – O Regulamento Interno da Via Orgânica somente poderá ser alterado por aprovação da maioria absoluta de seus membros, em reunião convocada especificamente para essa finalidade.

Artigo 21º – O presente Regulamento Interno entrará em vigor na data da sua aprovação.

Garibaldi, 20 de julho de 2017.

Salete Arruda

Coordenadora da Via Orgânica