

“MORRO DE AMORES”: PERSPECTIVAS DE SUSTENTABILIDADE DE UM ROTEIRO TURÍSTICO EM MORRO REDONDO/RS

ALINE MAIARA BECKER¹; ALESSANDRA BURIOL FARINHA²; PATRÍCIA SCHNEIDER SEVERO³; ALEXANDRE CALDEIRÃO CARVALHO⁴

¹Universidade Federal do Pampa – alinebecker.aluno@unipampa.edu.br

²Universidade Federal do Pampa – alessandrafarinha@unipampa.edu.br

³Universidade Federal do Pampa – patriciaschneider@unipampa.edu.br

⁴Universidade Federal do Pampa – alexandrecarvalho@unipampa.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Morro Redondo é um município brasileiro do estado do Rio Grande do Sul que possui aspectos culturais predominantes das colonizações alemã e portuguesa. Localizado no sudeste do Rio Grande do Sul, dista cerca de 296 km de Porto Alegre, faz limite com Capão do Leão, Canguçu, Cerrito e Pelotas. Possui cerca de 6.600 habitantes, seu nome deriva de um morro arredondado que se encontra na região urbana do município (MORRO REDONDO, 2020).

O município vem potencializando sua vocação turística através da intensificação e potencialização de iniciativas empreendedoras que compõem o roteiro turístico “Morro de Amores”. Esse projeto de turismo rural iniciou em 2014, com o objetivo de proporcionar aos visitantes uma experiência rural diversificada caracterizada pelo turismo rural como uma atividade que proporciona aos turistas “o aprender sobre a rotina, cultura e costumes, das pessoas do meio rural” (SOUZA; KLEIN; RODRIGUES, 2019).

“Morro de Amores” é composto por vários empreendimentos que oferecem farta gastronomia com cafés coloniais e almoços típicos; atividades que proporcionam contato com a natureza: banhos de arroio, trilhas ecológicas e acampamentos; além de confortáveis acomodações em hotéis e pousadas reservadas. Igualmente potencializa o artesanato e os produtos coloniais, importante destacar também a tranquilidade experimentada pelos visitantes e a hospitalidade da população local. A motivação para a organização do roteiro foi o fechamento de uma cooperativa local de laticínios no ano de 2013. Foi necessário buscar uma alternativa de renda para que o município pudesse reerguer-se economicamente, assim, as atividades de turismo rural surgiram como alternativa de renda para as famílias do campo, pois estas exercem numerosas tarefas e funções, sendo muitas vezes não tão bem remuneradas e valorizadas (SOUZA; KLEIN; RODRIGUES, 2019).

O objetivo geral deste trabalho é analisar a sustentabilidade do roteiro turístico “Morro de Amores” na cidade de Morro Redondo/RS, sustentabilidade que pode ser entendida como a capacidade de um determinado sistema (humano, natural ou misto) de resistir e/ou adaptar-se às mudanças ambientais (políticas, sociais, econômicas, naturais) por tempo indeterminado (DOVERS; HANDMER, 1992). Como objetivos específicos apresentam-se: identificar os apoiadores do roteiro (pilar institucional); descrever os empreendimentos (pilar empreendedor), identificar os pontos fortes e fracos da iniciativa, buscando auxiliar na consolidação do destino.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho utiliza uma abordagem qualitativa, de natureza aplicada, objetivos descritivos, procedimentos bibliográficos e estudo de caso junto aos empreendimentos que compõem o roteiro “Morro de Amores”.

A pesquisa qualitativa de natureza aplicada, para é definida por abordar “aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p.32) e objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos, que envolvem verdades e interesses locais.

As pesquisas descritivas “são pesquisas que visam descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou descobrir a existência de associação entre variáveis” (BASTOS; FERREIRA, 2016, p. 74).

Foram realizados procedimentos de pesquisa bibliográfica e estudo de caso, NASCIMENTO (2016) aponta que a pesquisa bibliográfica serve para:

Ambientar o pesquisador com o conjunto de conhecimentos sobre o tema. É a base teórica para o estudo, devendo, por isso, constituir leitura seletiva, analítica e interpretativa de livros, artigos, reportagens, textos da Internet, filmes, imagens e sons. (NASCIMENTO, 2016, p.7)

Já o estudo de caso pode ser definido como o “estudo de certo caso singular visando descoberta de fenômenos em determinado contexto. Enfatiza a interpretação de fenômeno específico e busca retratar a realidade de maneira complexa e profunda” (NASCIMENTO, 2016, p.5).

Inicialmente foi realizada uma visita técnica ao município de Morro Redondo/RS para que se pudesse conhecer e vivenciar o roteiro “Morro de Amores”. Esta visita foi realizada junto com o Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, da Universidade Federal do Pampa, campus Jaguarão. Durante a visita foram realizadas entrevistas com os proprietários dos empreendimentos e pode-se observar e interirar-se dos locais.

Depois da visitação foi elaborado um relatório a partir de uma pesquisa bibliográfica, buscando embasar os conceitos abordados no trabalho e relacioná-los aos conhecimentos adquiridos durante a experiência do roteiro Morro de Amores.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O roteiro “Morro de Amores” é um roteiro turístico rural que foi estruturado no município de Morro Redondo no ano de 2014 com a criação de uma agência de turismo receptivo. Esta é responsável pelas informações, contatos e agendamentos do roteiro.

Atualmente o município não conta com uma Secretaria Municipal de Turismo, porém, percebe-se que a Prefeitura e a população local têm se envolvido com essa questão, buscando o desenvolvimento turístico. Entende-se que a iniciativa está ancorada em três pilares fundamentais, o pilar institucional, o pilar empreendedor e o pilar social. A Prefeitura Municipal é um grande apoiador, sendo uma protagonista no processo de estruturação do roteiro. A capacitação dos empreendedores e colaboradores que atuam nos empreendimentos que compõem o roteiro ficou a cargo da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que através de cursos e visitação aos empreendimentos buscam transformar os empreendedores em parceiros e colaboradores do projeto. Este é o pilar institucional.

O pilar empreendedor conta com dezenas de empreendimentos de diversos segmentos, sendo: uma vinícola, uma floricultura, um camping, uma pousada, três cafés coloniais, um espaço pedagógico, uma trilha temática, dois locais de artesanatos, um hotel, um restaurante, uma antiga fábrica de manteiga, um sítio de recreação e uma agroindústria de doces.

Os empreendimentos possuem segmentos pré-estabelecidos, porém dispõem de diversos produtos e serviços que rompem com essa categorização, cada qual com suas particularidades, muitas vezes atuando no ramo gastronômico ou alimentício através da venda de produtos coloniais de fabricação local, enfatizando a produção de alimentos orgânicos, o que acaba favorecendo a economia e a disseminação da gastronomia regional, apresentando diferentes visões de empreender e assim, atingindo uma maior diversidade de públicos.

Como estratégias de comunicação, o roteiro “Morro de Amores” utiliza-se das redes sociais, websites e a divulgação através do *buzz marketing*, uma postura promocional que busca maximizar a comunicação oral, o “boca a boca” (MOHR, 2017), fruto da satisfação dos clientes. De acordo com LIU (2000, p.12, apud PIRES e GOMES, 2019, p.1) “a rede pode, de certa forma, facilitar a promoção e a distribuição de produtos turísticos e potencialmente permitir que destinos e empresas turísticas possam competir a um mesmo nível”. ARRUDA e PIMENTA (2005) compreendem o marketing como um conjunto de técnicas utilizadas para a comercialização e distribuição de um produto entre os diferentes consumidores, assumindo um papel de suma importância no desenvolvimento do mercado turístico, pois possibilita que o turista conheça, não apenas virtualmente o local desejado, mas também serve para efetivar a reserva e contratar serviços diretos através da internet.

Aponta-se como fraqueza do roteiro, o fato dele ser recente e não consolidado, pois o município ainda não é reconhecido como destino turístico. Entretanto, esse fator, na avaliação dos autores, se deve à “juventude” do roteiro e a questões de gestão que devem buscar a melhoria contínua por meio do planejamento de ações coordenadas. Outra fraqueza a ser citada que pode se tornar uma oportunidade de melhoria, é a acessibilidade aos locais, pois as adaptações para pessoas com necessidades especiais é difícil e envolve custo, ainda mais se tratando de um roteiro turístico rural, pois o acesso a diversos locais se dá através de caminhos irregulares com pedras, árvores e subidas, e também estruturas antigas de difícil modificação. Porém, esses elementos de acessibilidade podem ser desenvolvidos em alguns dos empreendimentos para que se proporcione ao turista melhor acesso e mobilidade, uma experiência mais gratificante, assegurando facilidade de acesso, igualdade e dignidade.

4. CONCLUSÕES

A participação do poder público, a adesão da comunidade local (pilar social) e dos empreendedores locais (pilar empreendedor) denotam a importância desse roteiro para o município, que sofreu com a perda de empregos após o fechamento de uma cooperativa de laticínios, ocasionando a criação de uma iniciativa viável e inovadora para a cidade, o roteiro turístico “Morro de Amores”.

Por ser ainda um projeto novo, foram identificados pontos de melhoria, tais como a acessibilidade aos empreendimentos e a falta de um planejamento estratégico, que pense organicamente o Roteiro e sua relação com as demais atividades desenvolvidas no município. Entretanto, através do apoio do governo

municipal e das parcerias da EMATER e do SEBRAE (pilar institucional) a iniciativa tem plenas condições de superar essas dificuldades.

Como resultados deste estudo, destaca-se a necessidade de uma atuação sinérgica dos três pilares identificados, de forma a possibilitar o desenvolvimento do roteiro, apoiando novos empreendedores, consolidando a imagem do município como polo turístico e, principalmente, promovendo, através do turismo, a fruição cultural e o desenvolvimento socioeconômico do município de Morro Redondo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, E.; PIMENTA, D. Algumas reflexões sobre a Internet e as estratégias comunicativas no marketing em Turismo. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.5, n.4, p. 50 - 57, 2005.

BASTOS, M. C. P.; FERREIRA, D. V. Ferreira. **Metodologia científica**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

DOVERS, S.R.; HANDMER, J.W. **Uncertainty, sustainability and change**. Global Environmental Change, v.2, n.4, p.262-276, 1992

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D.T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

MOHR, I. **Managing Buzz Marketing in the Digital Age**. Journal of Marketing Development and Competitiveness, v. 11, n. 2, 2017

MORRO REDONDO, Prefeitura Municipal. **Dados Gerais**. Acessado em 30 set. 2020. Online. Disponível em: <http://www.pmmorroredondo.com.br/dadosgerais.html>.

NASCIMENTO, F. P. Classificação da Pesquisa. Natureza, método ou abordagem metodológica, objetivos e procedimentos. In: NASCIMENTO, F. P.; SOUSA, F. L. L. **Metodologia da Pesquisa Científica**: teoria e prática. Brasília: Editora Thesaurus, 2016. 6, p.1– 11.

PIRES, C. A.; GOMES, R. L. R. A importância das redes sociais na divulgação de destinos turísticos. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**. Março de 2019. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/03/redes-sociais-destinos.html>. Acessado em 26 set. 2020.

SOUZA, M.D.; KLEIN, A.L.; RODRIGUES, R.G. Turismo Rural: conceitos, tipologias e funções. In: SOUZA, M.D; DOLCI, T.S. **Turismo rural**: fundamentos e reflexões. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. 2, p. 23 – 39.