

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO  
NÍVEL MESTRADO

PAULA MAINES DA SILVA

A ROTA ROMÂNTICA:  
UMA ANÁLISE DAS INOVAÇÕES SOCIAIS DECORRENTES DE UM  
EMPREENHIMENTO TURÍSTICO

São Leopoldo

2011

PAULA MAINES DA SILVA

A ROTA ROMÂNTICA:  
UMA ANÁLISE DAS INOVAÇÕES SOCIAIS DECORRENTES DE UM  
EMPREENHIMENTO TURÍSTICO

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Paulo Bignetti

São Leopoldo

2011

S586r Silva, Paula Maines da  
A rota romântica: uma análise das inovações sociais decorrentes de um empreendimento turístico / por Paula Maines da Silva. -- São Leopoldo, 2011.

82 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Administração, São Leopoldo, RS, 2011.  
“Orientação: Prof. Dr. Luiz Paulo Bignetti, Ciências Econômicas”.

1.Inovação. 2.Inovação social. 3.Inovação social territorial – Rota romântica – Rio Grande do Sul. 4.Desenvolvimento social – Rota romântica – Rio Grande do Sul. 5.Rota romântica – Rio Grande do Sul. 6.Teoria-ator-rede. I.Título.  
II.Bignetti, Luiz Paulo.

CDU 658.016.7  
658.016.7: 379.851  
316.42: 379.851(816.5)  
379.851(816.5)

Catálogo na publicação:  
Bibliotecária Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

Paula Maines da Silva

**A ROTA ROMÂNTICA: UMA ANÁLISE DAS INOVAÇÕES SOCIAIS  
DECORRENTES DE UM EMPREENDIMENTO TURÍSTICO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em 24 de Agosto de 2011.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Dr. Luis Felipe Machado do Nascimento - UFRGS

---

Dra. Cláudia Cristina Bitencourt - Unisinos

---

Dra. Amarolinda Lara da Costa Zanela Saccol - Unisinos

Prof. Dr. Luiz Paulo Bignetti - ORIENTADOR

São Leopoldo, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Profa. Dra. Yeda Swirski de Souza  
Coordenadora Executiva PPG em Administração

*Dedico este trabalho à todos aqueles que acreditam que a inovação e o turismo são caminhos para transformar a sociedade.*

## AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento desta dissertação só foi possível com o apoio de muitos atores, os quais sou imensamente grata.

Em primeiro lugar aos meus pais, Clodovedo e Maria Helena, que sempre fizeram com que as filhas valorizassem os estudos e sempre se dedicaram para que nossos sonhos se tornassem realidade.

A minha irmã Luciana, que sempre foi uma das grandes incentivadoras para que eu fizesse o mestrado e que muito me auxiliou em outras atividades durante este período de dedicação e pelos “puxões de orelha” para que eu ficasse em casa me dedicando à escrita deste trabalho.

Ao meu orientador prof. Dr. Luiz Paulo Bignetti, que acreditou na minha capacidade de desenvolver este tema, no apoio dado nos momentos em que eu acreditava que o meu trabalho não tomaria forma e por todo o conhecimento transmitido.

As minhas tias Sônia e Rossana, pelo auxílio técnico, da primeira em revisar gramaticalmente todo o trabalho e a segunda pelo tempo doado a transcrever minhas entrevistas.

A Rota Romântica, no papel do presidente Sr. Cláudio José Weber, por permitir que eu desenvolvesse o estudo de caso na rota, bem como todos os secretários de turismo dos municípios pela receptividade e disponibilidade para as entrevistas.

Ao Rodrigo Tomasi, meu amigo, braço esquerdo e direito nas atividades profissionais. Por ter me apoiado e auxiliado nos aspectos finais do trabalho.

Aos meus colegas de mestrado, em especial a Andréa Abs, Cláudia Marques, Rejane Costa, Sérgio Flor e a Viviane Low. As gurias por terem se tornado minhas grandes amigas e compartilhado muitos risos e desesperos nesta etapa. Um especial obrigado a Cláudia pela tradução do Abstract deste trabalho. E ao Sérgio, que muito me fez crescer com as nossas discussões acadêmicas e sobre a vida, e por ter se tornado meu melhor amigo e sócio em alguns trabalhos externos.

Enfim, agradeço a todos estes que proporcionaram o sonho de me tornar mestre se concretizar!

## RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar de que forma os diferentes atores integrantes de uma rota turística estabeleceram suas estratégias, desenvolveram suas ações e interação para gerar inovações sociais. Como estratégia de pesquisa utilizou-se o estudo de caso único na Rota Romântica, no Rio Grande do Sul, uma região que abrange 13 municípios do estado e cujas ações conjuntas visam a trabalhar o turismo coletivo destas localidades. Teorias sobre inovação territorial, construção social e ator-rede permitiram realizar uma análise detalhada do caso. O resultado da pesquisa foi que a Rota Romântica cujo objetivo primordial e inicial não era social, desenvolveu, ao longo da sua história, iniciativas e inovações sociais. Embora a literatura pressuponha que somente se considera inovação social o empreendimento cujo objetivo é fundamentalmente social, percebe-se, através deste estudo, que pode haver inovações sociais até mesmo quando o objetivo principal não é esse. A Rota Romântica representa uma inovação social por proporcionar melhor qualidade de vida para a população, através do desenvolvimento econômico e social dos municípios.

Palavras- Chave: inovação social. teoria-ator-rede. rota romântica.

## **ABSTRACT**

This study aimed to examine how different actors, which are members of a tourist route, established their strategies, develop their actions and interact to generate social innovation. As research strategy it was used the single case study of the Romantic Road, in the state of Rio Grande do Sul, a region covering 13 counties of the state and whose joint actions aim at working the collective tourism of these places. Theories of territorial innovation, social construction and actor-network allowed a detailed analysis of the case. The result showed that the Romantic Road, which primary objective was not social, developed, throughout its history, initiatives and social innovation. Although literature only assumes that social innovation is considered the social enterprise whose aim is fundamentally social, it can be seen through this study that social innovation can exist even when the primary purpose is not the one mentioned above. The Romantic Road is a social innovation by providing better quality of life for people through economic and social development of municipalities.

Key Words: social innovation. actor-network-theory. romantic road.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Desenho da pesquisa.....	42
Figura 2 – Mapa da Rota Romântica.....	49

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Visão dos modelos de inovação social territorial .....	23
Quadro 2 – Conceito de inovação social territorial .....	25
Quadro 3 – Síntese dos elementos a serem pesquisados .....	31
Quadro 4 – Características dos Municípios da Rota Romântica .....	35
Quadro 5 – Detalhamento das entrevistas .....	37
Quadro 6 – Elementos do roteiro das entrevistas .....	39
Quadro 7 – Atores e suas funções na Rota Romântica .....	65

## **LISTA DE SIGLAS**

AMRR – Associação dos Municípios da Rota Romântica

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo

RR – Rota Romântica

SCOT – Construção Social da Tecnologia

TAR – Teoria Ator-Rede

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
1.1 OBJETIVOS .....	13
<b>1.1.1 Objetivo Geral</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>13</b>
1.2 JUSTIFICATIVA .....	13
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
2.1 INOVAÇÃO SOCIAL .....	15
2.2 LÓCUS DA INOVAÇÃO SOCIAL .....	17
2.3 INOVAÇÃO SOCIAL TERRITORIAL.....	19
<b>2.3.1 Modelos de Inovação Territorial</b> .....	<b>20</b>
2.4 INOVAÇÃO COMO UM PROCESSO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL .....	25
2.5 TEORIA ATOR-REDE .....	27
<b>3 METODOLOGIA DE PESQUISA</b> .....	<b>33</b>
3.1 O OBJETO DA PESQUISA .....	34
3.2 A COLETA DE DADOS .....	36
3.3 O PROTOCOLO DAS ENTREVISTAS.....	38
3.4 ANÁLISE .....	40
<b>4 APRESENTAÇÃO DO CASO</b> .....	<b>43</b>
4.1 ANTECEDENTES: A ROTA ROMÂNTICA ALEMÃ - <i>ROMANTISCHE STRASSE</i> .....	43
4.2 SURGIMENTO ROTA ROMÂNTICA BRASILEIRA.....	47
4.3 A ROTA ROMÂNTICA E A INOVAÇÃO SOCIAL.....	50
4.4 A ROTA ROMÂNTICA E A INOVAÇÃO SOCIAL TERRITORIAL .....	57
4.5 A ROTA ROMÂNTICA COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL .....	63
4.6 A ROTA ROMÂNTICA VISTA SEGUNDO A TEORIA ATOR-REDE .....	65
4.7 UMA ANÁLISE FINAL SOBRE A ROTA ROMÂNTICA.....	67
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>71</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>74</b>
APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com a Associação Rota Romântica .....	78
APÊNDICE B – Roteiro de entrevista com os municípios .....	81

## 1 INTRODUÇÃO

Nunca se debateu tanto sobre inovação como nos tempos atuais, principalmente pelo uso indiscriminado do conceito, muitas vezes interpretado de forma simplista e incorreta, como fazendo referência a absolutamente tudo que é novo. Afirma-se que as empresas devem inovar para se diferenciarem no mercado, o governo deve inovar nos serviços prestados à população e as pessoas devem inovar para se destacarem como profissionais, porém deve-se atentar para a correção do uso do termo em seu devido contexto. É indiscutível o papel da inovação, em todos os setores e tipos de organizações, entretanto, um tema que tem merecido atenção especial é a inovação social, que visa especificamente à melhoria da qualidade de vida das pessoas através de novos serviços ou processos tanto públicos como privados.

Uma das formas através da qual a Inovação social pode ser desenvolvida é a partir do turismo e de sua cadeia produtiva, ou seja, com o fomento desta atividade nos municípios possibilita-se a geração de renda, empregos e melhoria da qualidade de vida entre outros fatores de relevância no âmbito social. O desenvolvimento da atividade turística deve pressupor o aproveitamento das estruturas que possibilitem seu uso comum, tanto pelos visitantes quanto pela população residente no local, ou seja os benefícios das propostas executadas serão percebidos não somente pelos turistas mas também pela comunidade, que indiretamente será beneficiada.

Para análise neste trabalho, identificou-se como objeto para o estudo de caso a Rota Romântica existente no estado do Rio Grande do Sul, compreendendo-a como exemplo da atividade turística possivelmente geradora de benefícios sociais. A Rota Romântica é uma rota inspirada no roteiro homônimo da Alemanha e está localizada na região que se compõe desde a planície do Vale dos Sinos até o Planalto da Serra Gaúcha, percorrendo 184 quilômetros e sendo formada por 13 municípios.

Por possuir características que possibilitam identificar fatores que acarretam, na sua execução e operação, inovações sociais que beneficiaram e podem vir a beneficiar as comunidades dela integrantes busca-se, portanto, através desse estudo identificar como se processa a inovação social e de que forma pode-se perceber os benefícios por ela previstos a partir da atividade turística, neste especial na concepção da Rota Romântica. Outro ponto almejado é identificar as diversas

formas de interação entre os municípios participantes e as percepções de melhoria da qualidade de vida das pessoas através dos novos serviços ou processos públicos derivados do turismo.

Considerando-se nesta perspectiva o desafio presente das instituições municipais, regionais e nacionais em proporcionar formas de desenvolvimento integrado e sustentável visando condições melhores para os cidadãos, o presente estudo busca também analisar as estratégias de cada município, considerando estes como atores na integração do projeto da Rota Romântica. Avaliar as ações desenvolvidas por estes atores, especificamente relacionadas no âmbito local e da rota que geraram resultados relacionados a inovações sociais; as interações ocorridas entre eles no processo da concepção da Rota Romântica, visando identificar a forma de participação de cada um no todo analisado.

Assim, entender a forma como se processou a gestão da inovação social por parte destes municípios merece destaque neste momento porque somente compreendendo este processo pode-se perceber se a Rota Romântica realmente gerou possibilidades de inovação social.

Desta forma, a questão norteadora da pesquisa é a seguinte:

Como se processa a inovação social na concepção de uma rota turística através da interação entre os municípios participantes?

Neste contexto, no presente capítulo serão apresentados os objetivos geral e específicos e a justificativa da escolha do tema e sua relevância no contexto acadêmico. O capítulo 2 tratará do Referencial Teórico que serviu como base para possibilitar as interpretações realizadas, discorrendo desde teorias fundamentais sobre inovação social, inovação territorial, construção social da inovação e a teoria ator-rede. No capítulo 3 é apresentada a Metodologia de Pesquisa, especificamente no que tange ao porque do estudo de caso e na forma como as técnicas foram selecionadas para atingir os objetivos propostos. A seguir, no capítulo 4 descreve-se a área objeto do Estudo de Caso, com suas características principais como concepção, organização, gestão e funcionamento, resultando no capítulo 5 na apresentação das Conclusões decorrentes das análises e interpretações possibilitadas pela limitação do presente estudo. Ao final são apresentados as Referências Bibliográficas utilizadas durante todo o processo de desenvolvimento deste trabalho.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

Analisar de que forma os diferentes atores integrantes de uma rota turística estabeleceram suas estratégias, desenvolveram suas ações e interagiram para gerar a inovação social.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar similaridades entre as propostas de Rota Romântica na Alemanha e no Brasil;
- b) Analisar os benefícios resultantes da inovação social para os municípios integrantes da Rota Romântica
- c) Analisar as estratégias de cada ator (município) na integração ao projeto da Rota Romântica;
- d) Avaliar as ações realizadas por cada ator no âmbito do município e no âmbito da Rota Romântica;

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O turismo está presente na história da humanidade desde os primórdios de seus registros, iniciando na Grécia, no século VIII a.C, onde as pessoas se deslocavam para ver os jogos olímpicos (MOTA, 2001). Este fenômeno vem crescendo nas últimas décadas e recebendo atenção especial de países, regiões e municípios, uma vez que o turismo pode proporcionar desenvolvimento dos povos em todos os seus setores e tornando-se imprescindível para as atividades econômicas (LAGE; MILONE, 2004).

As administrações públicas possuem como um dos grandes desafios das gestões modernas proporcionar qualidade de vida aos cidadãos, e optar pelo turismo em um país como o Brasil, onde há carência em todos os setores é uma decisão difícil para as autoridades. É necessário que as necessidades básicas sejam supridas e a infra-estrutura seja proporcionada aos cidadãos, e através

do turismo, de forma indireta, estas questões podem ser sanadas, “pois o turismo pode ajudar como instrumento, possibilitando que social e economicamente sejam criadas circunstâncias para que o ser humano com emprego, renda e qualidade de vida venha a fazer viagens e turismo também” (LAGE; MILONE, 2004, p. 87).

Os governos são os principais agentes fomentadores das localidades, fazendo com que estas se desenvolvam turisticamente proporcionando a criação de empregos, a diminuição de desigualdades e a geração de divisas.

Com base neste contexto é que o trabalho será desenvolvido, buscando investigar como os atores integrantes da Rota Romântica estão inovando socialmente, ou seja, proporcionando qualidade de vida para a população através do turismo. Além de contribuir para os estudos sobre inovação social no Brasil, uma vez que há pouca produção científica nacional nesta área.

A escolha do segmento para a consecução da pesquisa deve-se ao fato de poder gerar informações que contribuam para a gestão e crescimento da associação da Rota Romântica bem como para cada município integrante do roteiro.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico tem como objetivo fornecer o embasamento necessário à identificação, análise e verificação dos fatores foco do estudo. Assim, serão abordados conceitos de Inovação, Inovação Social, Inovação Social Territorial, Inovação como Processo de Construção Social e Teoria-Ator-Rede.

### 2.1 INOVAÇÃO SOCIAL

Dentre os diversos temas relacionados à inovação ainda o foco de estudo se concentra muito em inovação de produto e de serviços, deixando uma lacuna de estudo para a inovação social que se refere às novas idéias, instituições ou formas de trabalho que visam a satisfazer necessidades sociais não atendidas. Apesar de ser um objeto recente de estudo, pesquisadores do mundo inteiro começam a estudar esta nova forma de inovação (CLOUTIER, 2003; MOULAERT et al., 2007; MULGAN et al., 2007), com incentivo de universidades como Stanford (EUA), INSEAD (França), Cambridge (Inglaterra), entre outras.

A inovação tecnológica pode ser compreendida como a forma de tradução de idéias em produtos, processos ou serviços úteis – e utilizáveis. É pensar em fazer algo novo ou alterar algo existente e colocá-lo no mercado (BESSANT; TIDD, 2009).

A inovação, definida no seu espectro mais amplo, pode assumir as dimensões de inovação de produto, processo, posição e paradigma. A inovação de produto engloba as mudanças nas “coisas” (produtos e serviços) que uma empresa oferece; a de processo se refere a mudanças nas formas em que as coisas (produtos/serviços) são criadas e ofertadas ou apresentadas ao consumidor; a de posição são mudanças no contexto em que produtos/serviços são introduzidos e a de paradigma menciona as mudanças nos modelos mentais básicos que norteiam o que a empresa faz (BESSANT; TIDD, 2009).

Embora a inovação tecnológica e a inovação social estejam vinculadas à criação de algo novo, existem algumas diferenças relevantes nos aspectos de mercado versus sociedade, resultado econômico versus valor e competição versus cooperação, que as diferenciam.

O primeiro aspecto se refere para quem o resultado da inovação trará ganhos. No caso da tecnológica, fundamentalmente o ganho se inclina para as organizações.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Strategos (2009), a crescente relevância do papel da inovação nas organizações está relacionada com a forte associação dessa disciplina da gestão a instrumentos de diferenciação e crescimento – criação de novos produtos/serviços e desenvolvimento de novos modelos de negócios.

Este panorama é reflexo dos tempos turbulentos do mercado corporativo, que exige dos executivos ações inovadoras constantes para se manterem competitivos no contexto econômico atual.

Por estar relacionada às organizações privadas, principalmente, a inovação sempre esteve atrelada aos ganhos econômicos. No campo da inovação tecnológica, pode admitir-se que o mercado, ou, mais especificamente, o lucro, conduzem à inovação. Ou seja, as empresas inovam para evitar ameaças e riscos ligados à concorrência, ou para aproveitar oportunidades, posicionando-se mais favoravelmente aos concorrentes (ANDRÉ; ABREU, 2006).

O terceiro aspecto se refere às formas como a inovação se processa. No caso da inovação tecnológica, ela pode ocorrer de uma forma individual, na busca de ter a vantagem de ser o primeiro, ou seja, pode valer significativa parcela de mercado na área de novos produtos para as organizações (BESSANT; TIDD, 2009).

Já o objetivo da inovação social é desenvolver uma nova maneira de fazer as coisas, julgando ser uma forma de responder às necessidades sociais, como a pobreza e a criminalidade, ou seja, ações voltadas para trazer melhorias à sociedade.

Diversos autores e instituições se dedicaram ao estudo da inovação social. Uma análise sobre a literatura mostra que o entendimento sobre inovação social não representa uma unanimidade entre aqueles que se dedicam a estudá-la, porém é destaque entre os estudiosos o fato de que ela visa atender alguma necessidade insatisfatória do indivíduo e/ou comunidades através de ações, atividades e serviços inovadores (CLOUTIER, 2003; MULGAN et al., 2007; STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW, 2011; TAYLOR, 1970).

Com o tempo, o entendimento da inovação social foi absorvendo as interações entre os agentes, como explica a definição de Moulaert et al. (2007), que representa um dispositivo para fixação de uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, com foco na satisfação das necessidades humanas, através da inovação nas relações estabelecidas pela vizinhança e da governança comunitária.

Os conceitos mais recentes não apresentam nenhuma alteração na compreensão sobre a inovação social. Pol e Ville (2009) se referem a uma nova idéia que melhora a qualidade ou a quantidade de vida. E para Le Ber e Branzei (2010), é uma solução nova sendo mais eficaz, eficiente e sustentável para um problema social. E que o valor criado seja principalmente revertido para a sociedade como um todo.

A inovação social tende a criar valor para a sociedade, uma vez que é caracterizada como sendo uma solução nova para um problema social, que é mais efetiva, eficiente e sustentável que as soluções existentes, e pela qual o valor criado é revertido para a sociedade como um todo, em vez de interesses próprios (CENTER FOR SOCIAL INNOVATION, 2010).

A inovação social é resultante da cooperação entre uma variedade de atores, podendo ser vista como um processo coletivo de aprendizagem e de criação de conhecimento. Como se verá a seguir, é possível estabelecerem-se dimensões de análise da inovação social que levam em consideração suas características próprias e onde ela se processa, analisando-a sob a ótica do indivíduo, da comunidade e da empresa (CLOUTIER, 2003).

## 2.2 LÓCUS DA INOVAÇÃO SOCIAL

A inovação social pode ser analisada a partir do foco do indivíduo, do meio (território) e das empresas (CLOUTIER, 2003).

A inovação social do indivíduo busca provocar mudanças nos indivíduos, para desenvolvê-lo, afim de que ele recupere o poder sobre a condução da própria vida. Por definição, inovação social atende as necessidades dos indivíduos, isto é, produz melhores resultados que as práticas existentes, porque é uma solução para um problema pontual em que não há alternativas eficazes.

O processo da inovação social no nível do indivíduo se dá pela participação dos usuários desde a tomada da consciência da necessidade, passando pela concepção e execução do projeto de melhoria, tendo como participantes atores que não são os usuários do resultado (CHAMBON; DAVID; DEVEVEY, 1982).

A inovação social focada na empresa inclui o desenvolvimento de estruturas de produção, especialmente as novas formas de organização do trabalho. Cloutier (2003) apresenta duas perspectivas sobre o assunto, onde a primeira, denominada

instrumental, busca um novo arranjo estrutural que favoreça a criação do conhecimento e a inovação tecnológica. A segunda, não-instrumental, considera as novas formas de organização do trabalho como uma inovação social, pois eles podem melhorar a qualidade de vida nesse âmbito.

Já a inovação do território visa a melhorar a qualidade de vida da população, através do desenvolvimento da cidade ou da região em que os indivíduos estão inseridos. O estudo do território pode ter uma abordagem a partir do consumo ou do desenvolvimento (CLOUTIER, 2003).

A abordagem do consumo significa uma mudança nos hábitos de consumo. É uma nova maneira para as pessoas atenderem uma categoria de necessidades (alimentação, transporte, saúde, entretenimento, etc.), por exemplo, comprar uma televisão como forma de entretenimento invés de ir ao cinema (CLOUTIER, 2003).

A abordagem de desenvolvimento significa melhorar os aspectos econômicos e sociais que envolvem a vida dos cidadãos, como por exemplo, a melhoria do sistema de ensino, assegurar a sustentabilidade dos recursos naturais, reflorestamento, desenvolvimento sustentável, produção econômica de energia, gestão da água, reciclagem de materiais entre outros (KING, 1984).

Também outros pesquisadores adotaram uma abordagem de desenvolvimento, como Gabor (1970), que considera a inovação social como um instrumento de luta contra a urbanização, a poluição, a criminalidade e a corrupção, a desigualdade econômica e à violência. A inovação social transcende os objetivos econômicos e adere novos valores sociais, pois não devem apenas ajudar a resolver problemas sociais existentes, mas agir de uma forma preventiva, como a implantação de políticas que impedem a criação e o aumento das desigualdades entre os sexos (HANDERSON, 1993).

Em resumo, analisando as dimensões da inovação social, ou seja, o objeto (o quê?), o campo (onde?), o alvo da mudança (quem?), o objetivo (por quê?) e o processo (como?) obtem-se resultados que servem de base para a compreensão do conceito. A inovação social responde a este título principalmente por causa da sua novidade. Esta é uma "solução nova" ou uma "resposta nova" a uma situação social considerada insatisfatória, uma situação que possa ocorrer em todos os setores da sociedade.

A inovação social pode ser relacionada a práticas, processos e serviços. Pode ser organizacional quando se trata de empresas, pois atuará na

reorganização do trabalho, criará novos papéis e mudará as atividades desenvolvidas pelas organizações e instituições. Quando abordada a inovação do meio ela poderá ser uma inovação institucional, social, principalmente se referindo a leis, políticas, normas e regras. E por último, a inovação social pode ser tangível quando resultado de um produto ou de uma tecnologia.

A inovação social é reconhecida por visar ao bem-estar dos indivíduos e/ ou comunidades, ou por resolver e prevenir problemas sociais, que respondem a uma aspiração de ordem social. Ela pode ser considerada como um processo coletivo de aprendizado e criação do conhecimento, pois requer a participação dos usuários e em diferentes graus durante o processo de desdobramento da criação e implementação da mesma.

De todos os aspectos abordados, um tema de pesquisa é aqui selecionado: a inovação social territorial, uma vez que esta busca atender às necessidades da comunidade e proporcionar melhorar qualidade de vida, o que vem ao encontro do objeto de estudo desta pesquisa.

### 2.3 INOVAÇÃO SOCIAL TERRITORIAL

A inovação social territorial tem como objetivo a satisfação das necessidades humanas em nível regional, local ou de um bairro (MOULAERT et al., 2005). O maior foco é no papel da comunidade e dos seus agentes sociais, como líderes e indivíduos criativos, capazes de propor a mudança necessária. As dificuldades encontradas ao longo deste processo são provenientes de vários níveis de governança e da criação de redes de cooperação entre agentes comunitários.

Um fator relevante para o desenvolvimento da inovação social territorial é o papel da comunidade e o trabalho cooperativado com outras instituições, como entidades públicas, privadas e organizações não governamentais.

A maioria dos modelos de inovação social territorial utiliza o conceito de rede como um elemento-chave. A inovação social reforça a eficácia das redes e movimentos sociais, através de estratégias socialmente criativas, que surgiram em respostas às mudanças globais (KIMBERLEE et al., 2009).

Um exemplo de movimentos sociais são os grupos ambientalistas, considerados um trabalho cívico em redes inter-organizacionais, que podem assumir a forma de um movimento social, coligações ou organizações independentes

(KIMBERLEE et al., 2009). Essa perspectiva de rede é um complemento útil à perspectiva estrutural da economia política e baseia-se na teoria ator-rede. Seguindo a visão de que as redes podem conter elementos diferentes, é evidente que as estratégias sociais criativas possam surgir através de redes construídas em torno das ações de uma gama de pessoas, organizações, instituições e atores não-humanos (incluindo a natureza), e podem consistir de colaborações entre diferentes escalas de operação (KIMBERLEE et al., 2009).

O trabalho cooperado entre os diversos atores podem configurar algum tipo de modelo de inovação territorial, os quais são compreendidos como espaços, aglomerados ou blocos que permitem o desenvolvimento de inovação, aprendizado e formação de redes.

### **2.3.1 Modelos de Inovação Territorial**

Os principais modelos de inovação territorial compreendem os ambientes inovadores, os distritos industriais, os sistemas de produção local, novos espaços industriais, os clusters de inovação, os sistemas de inovação regional e as regiões de aprendizagem (MOULAERT; SEKIA, 2003).

Os ambientes inovadores ou *milieu innovateur* é um tipo de modelo regional de inovação desenvolvida por um grupo europeu de pesquisadores chamado GREMI (*Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateur*). Os pesquisadores acreditam que a empresa não é um agente inovador isolado, mas parte de um meio com capacidade inovadora. O foco de análise é entender a inovação tecnológica a partir da cooperação e interdependência existentes entre os atores de uma rede e presentes, em um determinado ambiente.

Os ambientes são considerados "berçários" de inovações e de empresas inovadoras. A escolha deste espaço implicará nos resultados esperados, pois estarão sujeitos a variáveis definidas localmente ou regionalmente, como o acesso ao conhecimento da tecnologia, a proximidade com o mercado e a existência de mão de obra qualificada (AYDALOT, 1986).

Outro aspecto que se refere ao ambiente são os tipos de relações que a empresa mantém com os fatores de produção, se estes são qualificados ou não; entre a empresa com seus parceiros, fornecedores e clientes; e as relações

estratégicas com os agentes pertencentes ao ambiente territorial (MOULAERT; SEKIA, 2003).

Os distritos industriais são sistemas produtivos localizados próximos geograficamente e baseados na divisão do trabalho entre pequenas empresas especializadas em diferentes partes do ciclo de produção e distribuição de um setor industrial. Um distrito industrial pode ser definido ainda como um ambiente onde estão localizados uma comunidade de pessoas e um grupo de empresas de pequeno porte interagindo em um determinado contexto territorial e histórico. Isso marca as áreas de intercâmbio (setores, mercado) no qual a competição ocorre somente no preço (BECATTINI, 2002).

Para Brusco (1990) um distrito industrial é um território no qual opera, num mesmo tempo, um grande número de pequenas empresas que estabelecem uma estreita relação entre si, seja pelo fato de que muito freqüentemente compram e vendem mercadorias conjuntamente, seja porque trabalham num mesmo setor, ou, ainda, pelo fato de comercializarem seus produtos, principalmente as exportações, para um mercado comum.

Este modelo de coordenação possui, como característica, uma relação baseada em confiança e reciprocidade. O modo de organização é híbrido, combinando momentos de cooperação e competição e com relações institucionais formais e informais (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008). Empresas deste modelo trabalham juntas, trocam produtos e conhecimentos, integrando as atividades, mas continuam independentes, sem mudança de propriedade (BRONZINI, 2004).

O sistema produtivo local pode ser considerado uma generalização dos distritos industriais do ponto de vista do desenvolvimento econômico local, pois em áreas urbanas e rurais, onde há uma tradição predominantemente artesã, a industrialização irá se desenvolver com atividades produtivas complementares (MOULAERT; SEKIA, 2003).

Uma definição bastante difundida é a que foi adotada pela RedeSist — Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais - que considera o sistema produtivo local um conjunto de agentes econômicos, políticos e sociais, localizados em um mesmo território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentam vínculos expressivos de produção, interação, cooperação e aprendizagem (LASTRES; CASSIOLATO, 2004).

Os novos espaços industriais são um modelo territorial que possui um sistema de produção flexível, ou seja, às formas de produção são caracterizadas pela capacidade bem desenvolvida de mudança do processo e/ou configuração de um produto para outro; ajuste das quantidades de produção rapidamente (aumento ou diminuição) e no curto prazo, sem qualquer prejuízo na eficiência.

Mais do que um sistema aglomerado de produção, os novos espaços industriais são considerados sistemas de regulação social que fornecem a coordenação das transações entre as empresas; a organização do mercado de trabalho local e as dinâmicas da formação da comunidade e da reprodução social (MOULAERT; SEKIA, 2003)

Assim como os demais modelos de inovação social territorial, os clusters possuem, como característica, a proximidade geográfica com outras empresas do setor. Eles podem ser considerados uma aglomeração territorial de empresas com características similares (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008).

Os clusters podem ser formados de maneira endógena ou exógena, ou seja, a primeira surge quando empresas são criadas em determinado local e desta forma impulsionam a criação de novas empresas localizadas próximas geograficamente (McCANN; FOLTA, 2008). Já as exógenas sofrem intervenção governamental visando desenvolver determinados setores em uma região (FELDMAN; FRANCIS; BERCOVITS, 2005).

Conforme visto nos modelos acima, a base da formação é a proximidade geográfica e a complementaridade ou características similares das organizações. Estes aspectos propiciam a formação dos sistemas regionais de inovação, que preconiza a inovação como sendo um processo criativo, por meio de interação entre os agentes. A inovação muito mais do que tecnologia é um processo organizacional (MOULAERT; SEKIA, 2003).

O último modelo são as regiões de aprendizagem. A capacidade inovadora de uma empresa regional está diretamente relacionada com a capacidade de aprendizagem da região. Desta forma, estas regiões são ambientes que proporcionam o fluxo de conhecimento, idéias e aprendizagem.

A capacidade de inovação e a capacidade regional de aprendizagem estão relacionadas à densidade e a qualidade do ambiente produtivo regional da rede, o que engloba a cooperação entre empresas e público-privada (LANDABASO; OUGHTON; MORGAN, 1999). Neste contexto, a inovação é considerada um



processo interativo e formado por uma variedade de processos. No primeiro aspecto haverá o envolvimento entre diversos atores e meios como o processo entre as empresas e a infra-estrutura básica; entre as diferentes funções dentro da empresa, entre produtores e consumidores e entre empresas e o ambiente institucional (MORGAN, 1997).

No segundo aspecto a inovação é formada por uma variedade de processos institucionais que engloba hábitos, convenções e rotinas. São características da organização social, tais como normas, confiança, entre outros, que facilitam a coordenação e a cooperação entre os envolvidos na região (PUTNAM, 1993).

O quadro 1 apresenta um resumo das características de cada modelo de inovação territorial.

**Quadro 1 – Visão dos modelos de inovação social territorial**

(continua)

MODELO						
Recursos de Inovação	<i>Milieu innovateur</i>	Distrito Industrial	Sistema de Inovação regional	Novos espaços industriais	Sistema de produção local	Regiões de Aprendizagem
Núcleo da dinâmica de inovação	Capacidade da empresa de inovar através da relação com outros agentes do mesmo meio.	Capacidade dos atores de implementar inovação em um sistema de valores comuns	Inovação como um processo interativo, cumulativo e específico de pesquisa e desenvolvimento	Resultado de Pesquisa e desenvolvimento e sua implementação; aplicação de novos métodos de produção ( <i>just in time</i> , etc.)	Igual ao distrito industrial	Como o sistema de inovação regional, mas salientando a evolução da tecnologia e das instituições.
Papel das instituições	Papel muito importante das instituições no processo de investigação (universidades, empresas, órgãos públicos, etc.)	Instituições são agentes que permitem a regulamentação social através da promoção e desenvolvimento da inovação.	Assim como os novos espaços industriais, as definições variam de acordo com cada autor, mas todos eles concordam que as instituições conduzem a uma regulação do comportamento das organizações interna e externamente.	Regulamentação social para a coordenação de transações entre empresas e as atividades dinâmicas empresariais.	Igual ao distrito industrial, mas com foco no papel de governança.	Igual ao sistema de inovação regional, mas com forte foco no papel das instituições.
Desenvolvimento regional	Visão baseada nos meios inovadores e na capacidade de inovação dos agentes, numa atmosfera de cooperação.	Visão baseada na solidariedade local e na flexibilidade dos distritos; sendo a flexibilidade um elemento de inovação.	Visão da região como um sistema de aprendizado pela interação e por orientar a regulamentação.	Interação entre regulamentação social e sistemas aglomerados de produção.	Industrialização difusa, como exemplo: o desenvolvimento sócio-econômico baseado num processo de evolutivo sem rupturas.	Dupla dinâmica: dinâmica tecnológica e técnico-organizacional; dinâmica sócio-econômica e institucional.

(conclusão)

MODELO						
Recursos de Inovação	<i>Milieu innovateur</i>	Distrito Industrial	Sistema de Inovação regional	Novos espaços industriais	Sistema de produção local	Regiões de Aprendizagem
Cultura	Cultura de confiança e relações de reciprocidade	Compartilham valores entre os agentes dos distritos industriais; confiança e reciprocidade	A fonte de aprendizagem pela interação	Cultura de rede e interação social	Papel do contexto local para desenvolvimento socio-cultural	Como novos espaços industriais, mas com forte foco na interação entre aspectos económicos e a vida socio-cultural.
Tipo de relação entre os agentes	Papel de suporte no local: relações estratégicas entre as empresas, os parceiros, fornecedores e clientes.	A rede é um modo de regulamentação social e uma fonte de disciplina. Permite a existência entre cooperação e competição.	A rede é um modo organizacional de aprendizado interativo.	Transações entre empresas	Redes entre empresas e entre instituições	Redes de agentes
Tipo de relação com o ambiente	Capacidade dos agentes de modificar seu comportamento de acordo com as mudanças no ambiente. As relações são muito enriquecedoras.	A relação com o ambiente impõe algumas restrições e novas idéias; deve ser capaz de reagir a mudanças do ambiente; relações enriquecedoras; visão espacial limitada do ambiente.	Equilíbrio entre as relações internas e as limitações do ambiente; relações enriquecedoras.	A dinâmica da formação da comunidade e a reprodução social	Semelhante com o <i>milieu innovateur</i>	Idêntico ao sistema de inovação regional

Fonte: Moulaert e Sekia (2003) adaptado pela autora

A abordagem apresentada no quadro 1 sobre inovação territorial não abrange a inovação social, que é o foco de estudo deste trabalho, pois o desenvolvimento territorial está muito focado na inovação tecnológica e não no resultado social que estas configurações trarão para a comunidade local. Klein (2009) afirma que da perspectiva de inovação social as abordagens setoriais não são suficientes, pois elas devem integrar ações econômicas e sociais, tendo uma governança encarregada da gestão.

Desta forma propõe-se o acréscimo de mais um conceito de inovação territorial, tendo como olhar a inovação social. O quadro 2 indica as características do conceito de inovação social territorial.

**Quadro 2 – Conceito de inovação social territorial**

<b>Recursos de Inovação</b>	<b>Sistema Regional de Inovação Social</b>
Núcleo da dinâmica de inovação	Capacidade das comunidades de inovarem através de iniciativas próprias.
Papel das instituições	Instituições são agentes que proporcionam melhor qualidade de vida para a população através da promoção e do desenvolvimento da inovação.
Desenvolvimento regional	Pela atuação de diferentes atores proporcionará não apenas o desenvolvimento econômico mas, também e principalmente, o desenvolvimento social.
Cultura	Cultura de rede e interação econômica e social. Papel da comunidade em modificar o ambiente.
Tipo de relação entre os agentes	Interação de aprendizado; cooperação, redes de agentes entre pessoas e comunidades.
Tipo de relação com o ambiente	Capacidade dos agentes em modificar o ambiente com base em uma situação considerada insatisfatória.

Fonte: Elaborado pela autora

Examinando o conceito de inovação social no desenvolvimento das comunidades a partir de diversas perspectivas verifica-se que a contribuição da inovação para o desenvolvimento social local consiste na mobilização dos cidadãos como forma de organização para combater a desvitalização e a vulnerabilidade territorial.

Desta forma, o desafio que se coloca é de implementar arranjos sociais que permitam a reconstrução da coesão em nível local. Em essência, a tarefa consiste na construção de sistemas de agentes locais com base em normas que permitam melhorar as condições e a qualidade de vida dos cidadãos a longo prazo (KLEIN, 2009).

A inovação social territorial está diretamente relacionada a inovação como um processo de construção social, uma vez que esta dependerá do entendimento e das interações entre grupos e atores sociais envolvidos na forma de atender necessidades não supridas pela sociedade.

## 2.4 INOVAÇÃO COMO UM PROCESSO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL

A partir da inovação, pode surgir um processo denominado construção social da tecnologia ou *Social Construction of Technology* (SCOT). A SCOT tem como premissa básica o surgimento da tecnologia a partir das interações entre grupos e atores sociais (PRELL, 2009). Os elementos deste conceito surgem de estudiosos oriundos de áreas como Ciência da Filosofia (QUINE, 1969 apud BIGNETTI, 1999), Ciência da História (HUGHES, 1983 apud BIGNETTI, 1999), da Sociologia do Conhecimento Científico (BLOOR, 1976; BOURDIEU, 1977; COLLINS, 1981;

HAGSTROM, 1965; KNORR-CETINA, 1981 apud BIGNETTI, 1999) e da Sociologia de Ciências e Técnicas (BIJKER; HUGHES; PINCH, 1997; BIJKER; LAW, 1992; CALLON, 1989; LATOUR, 1987 apud BIGNETTI, 1999). “O argumento usado pela maioria destes autores é que a sociedade não apenas sofre as conseqüências das escolhas tecnológicas que faz, mas participa fortemente na geração desta tecnologia” (BIGNETTI, 1999, v. 1, p. 52, tradução nossa).<sup>1</sup>

Nesta abordagem sobre a construção social, alguns componentes inter-relacionados propostos por Pinch e Bijker constituem um modelo da SCOT, como grupos sociais relevantes, flexibilidade interpretativa, fechamento e estabilização (HUMPHREYS, 2005).

Grupos sociais relevantes são todos os membros de um determinado grupo que compartilham o mesmo conjunto de significados de um determinado artefato. Os atores podem ser membros de diferentes grupos sociais relevantes, mas cada grupo é formado por componentes que possuem uma forma semelhante de perceber ou interpretar um artefato específico.

Diferentes grupos sociais têm interpretações diferentes de um artefato, e essas diferentes interpretações indicam flexibilidade interpretativa de um artefato. Existem, portanto, controvérsias advindas da flexibilidade interpretativa, uma vez que não existe um único artefato, mas sim, existem muitos artefatos com diferentes interpretações (PRELL, 2009)

O encerramento das controvérsias e a estabilização de um artefato são etapas importantes em inovação tecnológica. O encerramento é o momento em que os grupos sociais relevantes resolvem o seu problema com o artefato, enquanto a estabilização é o processo pelo qual eles comunicam as definições e especificações de um artefato semelhante ao longo do tempo. Segundo Bijker (1995), o fechamento e estabilização são duas faces da mesma moeda. O encerramento incide sobre o "significado atribuído pelos diferentes grupos sociais relevantes a um artefato" enquanto a estabilização enfoca o desenvolvimento "do próprio artefato dentro de um relevante grupo social, em termos de modalidades utilizadas nas suas descrições" (BIJKER, 1995, p. 48).

---

<sup>1</sup> “The main argument used by th majority of these authors is that society not only suffers the consequences of the technological choices it makes, but strongly participates in the generation of technology” (BIGNETTI, 1999, v. 1, p. 52).

A estabilização refere-se ao grau em que um artefato é aceito por um grupo social relevante. Quanto mais homogêneos os significados atribuídos a um determinado artefato, maior é o grau de estabilização de um artefato dentro desse grupo social (PRELL, 2009).

Assim como a construção social da tecnologia é resultado da performance de diferentes atores, a inovação social territorial também é composta por atores e artefatos. E um dos pontos da pesquisa deste trabalho é analisar como os componentes da construção social se manifestam no objeto estudado.

## 2.5 TEORIA ATOR-REDE

O modelo SCOT mostra a forma como os artefatos surgem do entendimento dos atores. Entretanto, a relação entre os diferentes atores pode ser ressaltada utilizando-se premissas contidas na teoria ator-rede. Assim, tendo em vista o caráter relacional da inovação social, é conveniente expor um corpo de argumentos teóricos que possibilite não apenas o aprofundamento dos conceitos e das questões concernentes, como também propicie a busca de ferramentas metodológicas e de análise. Nesse sentido, faz-se, a seguir, uma apreciação da Teoria Ator-Rede, tendo como principais autores Bruno Latour, Michel Callon e John Law.

O termo ator-rede (TAR) ou *actor-network theory* nasceu na França e visa a entender como os objetos, mais do que símbolos, se materializam numa determinada ordem social através dos fatos científicos, que são, segundo Latour (1994) construídos, mas não podem ser reduzidos ao social, porque ele está povoado por objetos mobilizados para construí-lo. E para compreender tal construção é necessário estudar as relações entre os personagens participantes deste processo.

A TAR procura entender como os atores e organizações, formados por pedaços do social, do técnico e do textual, são montados em conjuntos e convertidos num produto científico, que apesar de possuir partes heterogêneas, se assemelha a uma única e compacta coisa. E ele ainda afirma que o social nada mais é do que redes de padrão de materiais heterogêneos, ou seja, os atores e as redes não podem ser concebidos de maneira separada (LAW, 1992).

Na visão da TAR os elementos componentes de uma organização são efeitos gerados em múltiplas interações; não algo dado na ordem das coisas. Nessa

direção, as organizações são entidades contínuas e incompletas, precárias e parciais. Analisá-las por meio da TAR é uma forma de tentar compreender por quais meios um sistema difuso e complexo, composto por humanos e não-humanos, se torna uma rede (ALCADIPANI; TURETA, 2009b).

A teoria ator-rede é composta pelos conceitos rede, tradução, caixa preta e aparelhos técnicos de medida. A rede significa que os recursos estão concentrados em poucos locais, nas laçadas e nos nós, interligados com os fios e malhas. Essas conexões transformam os recursos esparsos numa teia que parece se estender por todos os lugares (LATOURE, 2000). As redes podem ser compostas tanto de pessoas quanto de máquinas, animais, textos, dinheiro, qualquer material que se possa lembrar, e ainda acrescenta que uma rede é mais forte do que suas partes sozinhas (LAW, 1992).

Caixa-preta é o resultado de associações, disputas, controvérsias, que aos poucos vão convergindo até tornarem-se algo que pode ser referenciado sem discussão (LATOURE, 2000).

Outro conceito desenvolvido por Latour é o dos aparelhos técnicos de medida, que são instrumentos capazes de proporcionar uma leitura daquilo que está sendo pesquisado, como, por exemplo, um microscópio ou um termômetro. “O ato de definir um objeto novo pelas respostas que ele inscreve no mostrador de um instrumento fornece a cientistas e engenheiros sua fonte de força” (LATOURE, 2000, p. 150).

A TAR também concerne à interpretação dada pelos construtores de fatos aos seus interesses e aos das pessoas que eles alistam. Pode-se dizer que se refere aos participantes do fato, ou seja, aquele que deseja construir um fato precisa envolver outros a participar dessa construção, devendo ao mesmo tempo controlar seus comportamentos, de modo a fazer com que suas ações sejam previsíveis (LATOURE, 2000).

O processo de tradução pode ser entendido a partir de quatro diferentes momentos, durante os quais é negociada a identidade dos atores, suas possíveis interações e as margens de manobra (CALLON, 1986):

- problematização: Não se limitar a formular questões, mas sim, determinar um conjunto de atores e definir suas identidades, de tal forma a estabelecer o ponto de passagem obrigatório na relação que está sendo construída na rede;
- interesse: conjunto de ações pelo qual uma entidade tenta impor e estabilizar a identidade dos outros atores, que se define através de sua

problematização. Diferentes dispositivos são utilizados para implementar essas ações;

- envolvimento: O interesse não conduz à aliança, ou seja, a inscrições efetivas. O termo inscrições se refere ao dispositivo que permite um conjunto de funções inter-relacionadas e é definido e atribuído aos atores que aceitá-los;
- mobilização de aliados: Estabelecimento de um representante de todos os atores envolvidos numa dada rede-de-atores.

Entretanto, a descrição detalhada da translação [tradução] nos termos propostos por Callon (1986) pode caracterizar uma abordagem mais prescritiva do que processual, tendo em vista que propor regras gerais de como a translação [tradução] ocorre pode parecer uma forma de impor uma maneira particular de como os atores se associam nas redes. Assim, a TAR tem sido acusada de promover uma visão simplista do processo de ordenação, o que poderia afetar a possibilidade desta abordagem possuir um caráter crítico (ALCADIPANI; TURETA, 2009b, p. 410).

A idéia de tradução está intimamente relacionada com a noção de poder, considerando que tais relações nada mais são do que a descrição da maneira como os atores se associam e são levados a permanecer leais às alianças estabelecidas (CALLON, 1986). Na perspectiva da TAR a idéia de poder remete àquilo que:

[...] os proponentes desta teoria chamam de 'controle à distancia'. Tal noção está relacionada com a forma com que relações de poder são estabelecidas entre pontos que estão geograficamente distantes. A idéia central é que para este tipo de controle seja estabelecido, é necessário que uma rede de relações esteja em funcionamento e, isso somente é possível por meio da acumulação de informações a respeito daquilo que se quer dominar. Trata-se de um processo lento e gradual que explica tanto o estabelecimento de impérios e colônias quanto a universalidade da ciência (ALCADIPANI; TURETA, 2009a, p. 655).

Para que uma rede seja formada é preciso que os interesses dos atores sejam traduzidos, deslocados, desviados, a fim de poderem mobilizar outras partes interessadas.

[...] tradução não significa apenas a mudança de um vocabulário para outro, mas, acima de tudo, de acordo com um deslocamento, um desvio de rota, uma mediação ou invenção de uma relação antes inexistente e que, de algum modo, modifica os atores nela envolvidos (MORAES, 2004, p. 326).

O sentido de tradução envolve, ao mesmo tempo, um desvio e uma articulação de elementos díspares e heterogêneos. Tradução, assim, refere-se à hibridação, mestiçagem, multiplicidade de conexões mais do que à repetição de elementos-chaves (MORAES, 2004).

A conclusão empírica sobre a tradução é que ela é contingente, local e variável. No entanto, mais quatro conclusões gerais emergem (LAW, 1992):

1. a primeira tem a ver com o fato de que alguns materiais são mais duráveis do que outros e assim mantêm seus padrões de relacionamento por mais tempo. Os pensamentos são baratos, mas eles não duram muito tempo e a fala dura muito pouco tempo. Mas quando começamos a executar as relações e, em particular quando as incorporamos em materiais inanimados, tais como textos e edifícios, estes podem durar mais tempo. Assim, uma boa estratégia é incorporar um conjunto de relações materiais duráveis. Conseqüentemente, uma rede relativamente estável é uma incorporada e executada por uma série de materiais duráveis;
2. a teoria ator-rede explora materiais e processos de comunicação, a escrita, a comunicação eletrônica, os métodos de representação, sistemas bancários, etc. Em outras palavras, ela explora as traduções que criam a possibilidade de transmissão;
3. a tradução é mais eficaz se antecipa as respostas e reações dos materiais a serem traduzidos. O que Latour (apud LAW, 1992) chama de centros de tradução como efeitos relacionais é explorar as condições e os materiais que geram esses efeitos e conter a resistência que os dissolve;
4. finalmente, há a questão do âmbito da ordenação, que tem sido considerada local, mas, sem dúvida, é possível imputar um pouco as estratégias gerais de tradução para as redes, as estratégias que, se ramificam e se reproduzem através de uma ampla rede de instâncias ou locais.

Enfim, a teoria ator-rede permite analisar a inter-relação entre a escolha técnica e o destino social das inovações, a partir do olhar de diferentes entidades que cercam o mundo humano, não-humano, técnico e social.

Como se observa da discussão acima, a busca de um referencial teórico que auxilie no entender da forma como a inovação social territorial se processa conduziu a uma discussão sobre o conceito de inovação social e suas principais implicações no âmbito das comunidades. Para tanto, a partir da diferenciação entre inovação tecnológica



e inovação social, procurou-se desenvolver um corpo de conceitos que possibilitassem o surgimento de elementos passíveis de serem analisados numa pesquisa de campo.

O quadro 3 representa, de forma sintetizada, os principais elementos que foram considerados para estruturação da pesquisa, com base no referencial teórico apresentado neste capítulo.

**Quadro 3 – Síntese dos elementos a serem pesquisados**

<b>Análise dos Elemento</b>	<b>Autor</b>	<b>Aspectos Abordados</b>
Inovação Social	Le Ber e Branzei (2010)	Solução nova sendo mais eficaz, eficiente e sustentável para um problema social. E que o valor criado seja principalmente revertido para a sociedade como um todo.
	Stanford Social Innovation Review (2011)	Quem ganha com a inovação social: a inovação social é uma solução nova para um problema social que é mais efetiva, eficiente e sustentável que as soluções existentes e pela qual o valor criado é revertido para a sociedade como um todo, em vez de interesses próprios
	Cloutier (2003)	Interação entre os agentes: a inovação social é resultante da cooperação entre uma variedade de atores, podendo ser visto como um processo coletivo de aprendizagem e de criação de conhecimento
Inovação Social territorial	Moulaert e Sekia (2003)	Tipo de ambiente: os principais modelos de inovação territorial compreendem os ambientes inovadores, os distritos industriais, os sistemas de produção local, novos espaços industriais, os clusters de inovação, os sistemas de inovação regional e as regiões de aprendizagem
	Autora	Núcleo da dinâmica de inovação: capacidade das instituições públicas ou privadas de inovar socialmente através da relação com outros agentes.
	Autora	Papel das instituições: Instituições são agentes que proporcionam melhor qualidade de vida para a população, através da promoção e desenvolvimento da inovação.
	Autora	Desenvolvimento regional: pela atuação de diferentes atores proporcionará o desenvolvimento econômico e social.
	Autora	Cultura: cultura de rede e interação econômica e social.
	Autora	Tipo de relação entre os agentes: interação de aprendizado; cooperação, redes de agentes.
	Autora	Tipo de relação com o ambiente: capacidade dos agentes em modificar o ambiente com base em uma situação considerada insatisfatória.
Construção Social	Humphreys (2005)	Componentes da construção social: grupos sociais relevantes, flexibilidade interpretativa, fechamento e estabilização
Teoria Ator-Rede	Law (1992)	Conceito da TAR: como os atores e organizações, formados por pedaços do social, do técnico e do textual são montadas em conjuntos e convertidos num produto científico, que apesar de possuir partes heterogêneas, se assemelha a uma única e compacta coisa.
	Latour (2000)	Sociologia da Tradução: se refere à interpretação dada pelos construtores de fatos aos seus interesses e aos das pessoas que eles alistam
	Callon (1986)	O processo de tradução: problematização, interesse, envolvimento, mobilização de aliados

Fonte: Elaborado pela autora

A reflexão proposta pela presente dissertação é entender de que forma os aspectos teóricos descritos no quadro 3 propiciam o entendimento de uma situação real em que atores sociais se colocam em rede para desenvolver um objeto de cunho social e territorial. Para tanto, optou-se por considerar o desenvolvimento de uma rota turística envolvendo atores municipais com objetivos, perspectivas e expectativas distintas.

Assim sendo, a questão de pesquisa proposta por este trabalho se refere à busca de como se processa a inovação social na concepção e na construção de uma rota turística através da interação entre os atores participantes. A metodologia, a seguir, mostra a escolha do caso pesquisado, os procedimentos de busca de dados e a forma de análise dos resultados.

### 3 METODOLOGIA DE PESQUISA

A questão de pesquisa norteadora do presente estudo refere-se a: “como se processa a inovação social na concepção e na construção de uma rota turística através da interação entre os atores participantes?” Para respondê-la, optou-se por uma abordagem predominantemente interpretativa, uma vez que esta é a que mais propicia medir as características descritas na questão de pesquisa (HAIR JUNIOR et al., 2005), além de informar sobre situações, fatos, opiniões ou comportamentos, do fenômeno estudado. Os estudos descritivos visam a descrever as características de uma determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relação entre as variáveis (GIL, 1999).

Como estratégia de pesquisa utilizou-se o estudo de caso único, tendo em vista que o mesmo contribui, de forma incomparável, para a compreensão dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos (YIN, 2001).

Yin (2001, p. 27) “afirma que o estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes”. Desta forma busca-se aprofundar a realidade sobre o objeto pesquisado.

“Outro aspecto relevante para a escolha do estudo de caso se refere ao poder diferenciador do estudo e sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências como documentos, artefatos, entrevistas e observações” (YIN, 2001, p. 27). Assim, pela variedade de informações coletadas de diversas formas o pesquisador poderá realizar uma triangulação dos dados com maior profundidade.

Esse estudo foi realizado na Rota Romântica, que é uma rota que abrange 13 municípios do estado do Rio Grande do Sul e visa trabalhar o turismo coletivo destas localidades.

A coleta e a análise de dados do estudo foram qualitativos. “Os dados qualitativos representam descrições de coisas sem a atribuição direta de números. Os dados qualitativos geralmente são coletados utilizando-se algum tipo de entrevista não-estruturada” (HAIR JUNIOR et al., 2005, p. 100).

Foram realizadas entrevistas em profundidade, análise de documentos e observações diretas. Yin considera as entrevistas como uma das mais importantes fontes de informação para um estudo de caso ainda mais se o respondente assumir o papel de “informante”, ou seja, pessoas que fornecem ao pesquisador “percepções

e interpretações sob um assunto e sugerem fontes nas quais buscar evidências corroborativas” (YIN, 2001, p. 112). Portanto, as entrevistas foram semi-estruturadas, tendo apenas um roteiro de apoio.

As entrevistas foram realizadas de forma pessoal e por e-mail. Posteriormente foi realizada a análise do conteúdo, ou seja, a freqüência das características que se repetem ao longo do conteúdo do texto (BARDIN, 1977).

### 3.1 O OBJETO DA PESQUISA

Como a inovação social é um processo que visa a proporcionar melhor qualidade de vida à população o objeto de pesquisa deste trabalho foi a Rota Romântica como inovação social, uma vez que ela ao longo dos seus dezesseis anos vem contribuindo para o crescimento do turismo, através de ações de divulgação e ações técnicas nos municípios, conseqüentemente, gerando benefícios também para as comunidades.

A Rota Romântica é uma região colonizada por imigrantes alemães que chegaram em meados do século XIX ao Rio Grande do Sul. Vindos de regiões do norte da Alemanha, os imigrantes estabeleceram-se no Vale dos Sinos, encosta e Serra Gaúcha, e Nordeste do RS entre 1824 e 1830. A influência germânica está presente nas casas em estilo bávaro e enxaimel, no dialeto e nas festas populares. São 13 municípios que se estendem ao longo de 184 km das rodovias BR 116, RS 235 e RS 326 (WEBER, 2006).

A região está localizada entre 30 e 1.100m acima do nível do mar, o que proporciona uma geografia muito variada, com morros, montanhas, planícies, capões e planaltos.

A população compreende 1% da população do Estado, e a maior incidência na região são de crianças, que representam 20% da população e de adolescentes com 19% (ROTA..., 2011).

O quadro 4 apresenta algumas características dos municípios que integram a Rota Romântica.

Quadro 4 – Características dos Municípios da Rota Romântica

(continua)

Cidade	População	Data de Ingresso na Rota Romântica	Informações da cidade
São Leopoldo	207.888	1995	Cidade fundada em 1824, é o berço da colonização alemã no Rio Grande do Sul. O turista pode visitar os pontos turísticos e religiosos, servir-se da gastronomia, conhecer o artesanato e a noite leopoldense. São Leopoldo ainda conta com uma das maiores universidades particulares do Brasil, a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).
Novo Hamburgo	255.317	1995	Localizada a 42km da capital, Porto Alegre, situada na Região do Vale dos Sinos, na encosta inferior da serra gaúcha, é conhecida como a Capital Nacional do Calçado.
Estância Velha	39.121	1997	Dentro do Vale dos Sinos, Estância Velha é um importante fornecedor de couro para as indústrias gaúchas, além de ser considerada a cidade dos grandes eventos, como o Baile Kerb, uma festa tradicional com muito chopp e dança.
Ivoti	18.000	1995	Rica em cultura e tradições abriga patrimônios arquitetônicos da colonização alemã no Brasil. Ivoti, também conhecida como a Cidade das Flores, possui a maior colônia étnica do Japão no sul dos pais.
Dois Irmãos	22.415	1995	Dois Irmãos é a porta de entrada da Serra Gaúcha. Cidade de eventos tradicionais como o Kerb de São Miguel, o Natal dos Anjos e a Feira de Artesanato e de Produtos Alimentícios.
Morro Reuter	5.057	1995	São comuns na cidade as carretas de boi carregadas de pasto, os tambos de leite à beira da estrada e as plataneiras, símbolos de romantismo e inspiração.
Santa Maria do Herval	6.350	1997	Santa Maria do Herval possui na região uma natureza vasta. E preserva nos traços culturais as manifestações folclóricas, as festas e as atividades religiosas.
Presidente Lucena	2.069	1995	Presidente Lucena é considerada a capital da Schmier Colonial, a cidade possui mais de 90% da população falando o dialeto Hunsrûch, o que garante a preservação história e cultura dos colonizadores.
Picada Café	5.000	1995	Situada às margens do Rio Cadeia, Picada Café recebeu este nome por ter sido ponto de parada dos tropeiros que desciam a região serrana para trazer mercadorias e abastecer de gado o vale e a capital.
Nova Petrópolis	19.114	1995	Colonizada por imigrantes alemães, Nova Petrópolis cultiva seus costumes com muita força e representatividade. A preservação da língua alemã, as danças e músicas folclóricas, os trajes típicos, a gastronomia germânica e a arquitetura enxaimel perpetuam a identidade do local.

(conclusão)

<b>Cidade</b>	<b>População</b>	<b>Data de Ingresso na Rota Romântica</b>	<b>Informações da cidade</b>
Gramado	32.000	1995	Gramado é a cidade mais europeia do Brasil, conhecida por sua beleza, hospitalidade, atividades culturais e turísticas.
Canela	33.625	1995	A cidade é o lugar ideal para quem procura um roteiro cercado por paisagens, trilhas ecológicas, lazer, conforto e diversão. Seus hotéis e pousadas oferecem estrutura adequada para o turismo o ano inteiro.
São Francisco de Paula	19.871	1995	Localizada na parte superior da Serra Gaúcha, é conhecida pelos campos de grandes pastagens, cercados por rios e capões de mato nativo.

Fonte: Rota... (2010) adaptado pela autora

De acordo com Weber (2006, p. 161) a Rota Romântica tem como objetivo

Incrementar os fluxos turísticos do Rio Grande do Sul, ampliando a capacidade de bens e serviços já conhecidos na região, acrescidas de novos produtos, garantido a qualidade para a maximização da satisfação dos turistas que conhecerão novos atrativos podendo vivenciar, assim a história e a cultura da região.

Outro aspecto relevante sobre a constituição da rota foi que no período de formatação os municípios passavam por uma crise econômica em decorrência do declínio do setor calçadista. Certamente esta crise contribuiu para que o setor turístico fosse visto como uma alternativa de receita para os municípios, uma vez que o setor industrial não dava o retorno de outrora.

### 3.2 A COLETA DE DADOS

Para a realização do estudo foram coletados dados primários e secundários.

Os dados secundários foram documentos e materiais disponibilizados pela Associação da Rota Romântica, como a ata de constituição, o histórico da rota e materiais de divulgação; pela Rota Romântica Alemã que enviou, pelo correio, materiais como o estatuto da associação, estatísticas sobre a movimentação de turistas e um mapa turístico contendo informações sobre o surgimento e gestão do projeto na Alemanha e pelos municípios que disponibilizaram os materiais promocionais de divulgação das localidades e da rota.

Os dados primários foram coletados fundamentalmente através de entrevistas e da observação da pesquisadora em locais específicos da Rota. Inicialmente foi elaborado um protocolo das entrevistas estruturado a partir do referencial teórico.

Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com o gestor da Rota Romântica e com os secretários de turismo dos municípios. Selecionou-se a entrevista semi-estruturada, pois esta permite que o entrevistador exercite sua iniciativa no acompanhamento da resposta a uma pergunta. Desta forma, assuntos que não foram previstos antecipadamente poderiam ser incluídos no roteiro. Hair Junior et al. (2005, p. 163) “afirmam que esta abordagem pode resultar no surgimento de informações inesperadas e esclarecedoras, melhorando as descobertas”.

O agendamento das entrevistas ocorreu de acordo com a disponibilidade dos entrevistados, nos meses de janeiro e fevereiro de 2011.

Antes da realização das entrevistas foi encaminhado um e-mail mencionando o objetivo da pesquisa bem como o tempo de duração previsto da atividade, a solicitação de gravar a entrevista e a utilização de um roteiro semi-estruturado. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, com duração variável. Nos municípios de Gramado e Picada Café as entrevistas foram complementadas através da troca de e-mails com os respondentes. Todos os respondentes pertencem a prefeituras e estão ligados a algum partido político à exceção do Presidente da Rota Romântica.

O quadro 5 apresenta um detalhamento das entrevistas realizadas, com o gestor da Rota Romântica e com os 13 municípios integrantes.

**Quadro 5 – Detalhamento das entrevistas**

(continua)

<b>Município/ Entidade</b>	<b>Setor</b>	<b>Cargo</b>	<b>Partido</b>	<b>Data</b>	<b>Duração</b>
Associação Rota Romântica	Terceiro setor	Presidente	Sem partido político	17/01	64min
Nova Petrópolis	Público	Secretário de turismo	PSDB	17/01	24min
Ivoti	Público	Assessora de Turismo	PT	18/01	17min
Santa Maria do Herval	Público	Secretário de Indústria, Comércio e Turismo	PP	19/01	50min
São Leopoldo	Público	Diretora de Turismo	PT	20/01	24min
Estância Velha	Público	Diretor de Turismo	PSDB/PP	21/01	47min
Dois Irmãos	Público	Secretário da Agricultura, Turismo, Indústria e Comércio.	PT/PDT/PCdo B	21/01	50min

(conclusão)

<b>Município/ Entidade</b>	<b>Setor</b>	<b>Cargo</b>	<b>Partido</b>	<b>Data</b>	<b>Duração</b>
Novo Hamburgo	Público	Assessor de turismo	PT	02/02	30min
Morro Reuter	Público	Coordenador de turismo	PMDB	03/02	26min
Presidente Lucena	Público	Assessora da Secretária de Educação, Cultura e Desporto	PDT	09/02	12min
Gramado	Público	Secretário de Turismo	PSDB	10/02 25/03	45min
Canela	Público	Secretário de Turismo	PMDB	10/02	18min
São Francisco de Paula	Público	Secretário de Turismo	PT	14/02	15min
Picada Café	Público	Secretária de Educação, Cultura, Desporto e Turismo	PPB	25/02 25/03	28min

Fonte: Elaborado pela autora

### 3.3 O PROTOCOLO DAS ENTREVISTAS

O protocolo das entrevistas foi idealizado a partir dos principais conceitos teóricos desenvolvidos no referencial e que serviram de base para a formulação da questão de pesquisa. Por exemplo, utilizou-se a definição de Inovação Social apresentada por Le Ber e Branzei (2010), como sendo uma solução nova sendo mais eficaz, eficiente e sustentável para um problema social, cujo valor criado é principalmente revertido para a sociedade como um todo. Buscou-se desta forma caracterizar a Rota Romântica como inovação social e, a partir daí, foram definidas as questões e os entrevistados.

O quadro 6, construído a partir do quadro 3, representa de forma sintetizada os principais elementos considerados para a construção do roteiro das entrevistas.



Quadro 6 – Elementos do roteiro das entrevistas

(continua)

<b>Elementos Teóricos</b>	<b>Principal Autor</b>	<b>Aspectos pesquisados</b>
Solução nova sendo mais eficaz, eficiente e sustentável para um problema social. E que o valor criado seja principalmente revertido para a sociedade como um todo.	Le Ber e Branzei (2010)	A Rota Romântica como inovação social
Quem ganha com a inovação social: a inovação social é uma solução nova para um problema social que é mais efetiva, eficiente e sustentável que as soluções existentes, e pela qual o valor criado é revertido para a sociedade como um todo, em vez de interesses próprios	Stanford Social Innovation Review (2011)	O que a comunidade ganhou com a Rota Romântica
Interação entre os agentes: a inovação social é resultante da cooperação entre uma variedade de atores, podendo ser visto como um processo coletivo de aprendizagem e de criação de conhecimento	Cloutier (2003)	Como é a interação entre os agentes da Rota Romântica
Tipo de ambiente: os principais modelos de inovação territorial compreendem os ambientes inovadores, os distritos industriais, os sistemas de produção local, novos espaços industriais, os clusters de inovação, os sistemas de inovação regional e as regiões de aprendizagem	Moulaert e Sekia (2003)	A Rota Romântica como inovação social territorial
Núcleo da dinâmica de inovação: capacidade das instituições públicas ou privadas de inovar socialmente através da relação com outros agentes.	Autora	Os agentes da Rota Romântica envolvidos no processo de inovação social
Papel das instituições: Instituições são agentes que proporcionam melhor qualidade de vida para a população através da promoção e desenvolvimento da inovação.	Autora	A Rota Romântica como fomentadora da inovação social territorial
Desenvolvimento regional: pela atuação de diferentes atores proporcionará o desenvolvimento econômico e social.	Autora	O que a Rota Romântica gerou em relação aos aspectos econômicos e sociais
Cultura: cultura de rede e interação econômica e social.	Autora	A cultura predominante na Rota Romântica
Tipo de relação entre os agentes: interação de aprendizado; cooperação, redes de agentes.	Autora	O tipo de relação entre os atores da Rota Romântica
Tipo de relação com o ambiente: capacidade dos agentes em modificar o ambiente com base em uma situação considerada insatisfatória.	Autora	A capacidade da Rota Romântica em modificar o ambiente

(conclusão)

<b>Elementos Teóricos</b>	<b>Principal Autor</b>	<b>Aspectos pesquisados</b>
Componentes da construção social: grupos sociais relevantes, flexibilidade interpretativa, fechamento e estabilização	Humphreys (2005)	*Identificação dos grupos sociais; *Identificação da flexibilidade interpretativa, fechamento e estabilização dos grupos sociais
Conceito da TAR: como os atores e organizações, formados por pedaços do social, do técnico e do textual são montadas em conjuntos e convertidos num produto científico, que apesar de possuir partes heterogêneas, se assemelha a uma única e compacta coisa.	Law (1992)	Relação dos atores da Rota Romântica com os materiais tangíveis e intangíveis
Sociologia da Tradução: se refere à interpretação dada pelos construtores de fatos aos seus interesses e aos das pessoas que eles alistam	Latour (2000)	O motivo dos atores da Rota Romântica em participar do projeto
O processo de tradução: problematização, interesse, envolvimento, mobilização de aliados	Callon (1986)	* Como foram escolhidos os atores da Rota Romântica; *Quais são os interesses comuns entre os atores; *Qual é o tipo de envolvimento entre os atores; *Quem dos atores se destaca como líder e o seu perfil

Fonte: Elaborado pela autora

A partir da definição dos aspectos que seriam pesquisados foram definidas as perguntas da entrevista para a associação e para os municípios. As entrevistas foram separadas em blocos de questões, onde cada bloco se relaciona a um aspecto teórico a ser pesquisado. O roteiro de entrevista, na íntegra, se encontra nos apêndices A e B.

### 3.4 ANÁLISE

Para se analisar os dados deve-se “examinar, categorizar, classificar em tabelas ou, do contrário, recombina as evidências tendo em vista proposições iniciais de um estudo”(YIN, 2001, p. 131).

Para tal atividade se faz necessário seguir alguns passos conforme proposto por Creswell (2007, p. 195):

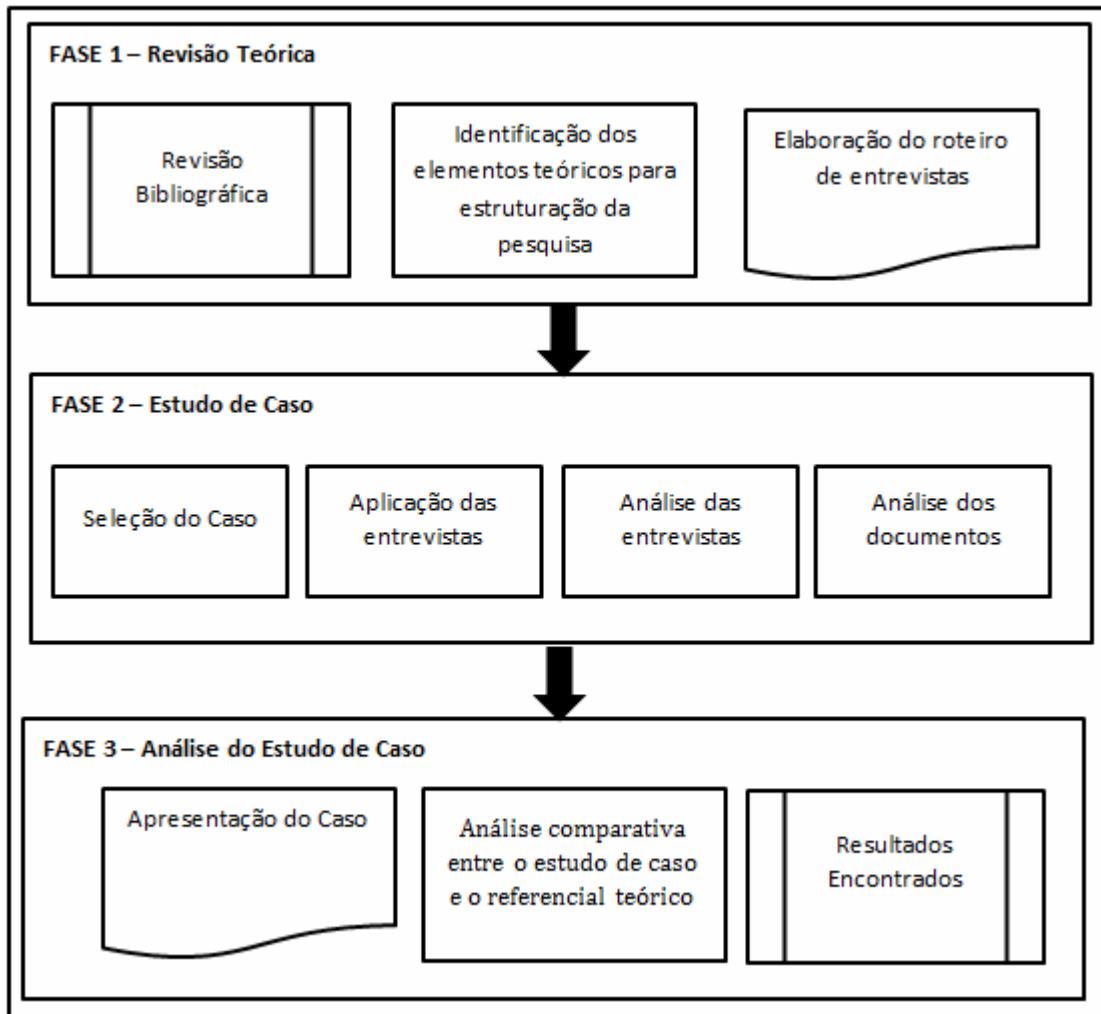
1. Organizar e preparar os dados para análise. Isso envolve transcrever entrevistas, fazer leitura ótica de material, digitar notas de campo ou classificar e organizar os dados em diferentes tipos, dependendo das fontes de informações.
2. Ler todos os dados. Um primeiro passo geral é obter um sentido geral das informações e refletir sobre seu sentido global. Que idéias gerais os participantes expõem? Qual é o tom dessas idéias? Qual é a impressão geral sobre profundidade, credibilidade e uso das informações? Algumas vezes, os pesquisadores qualitativos fazem anotações nas margens ou começam a registrar considerações gerais sobre os dados nesse estágio.
3. Começar a análise detalhada com um processo de codificação. Codificação é o processo de organizar materiais em grupos antes de dar algum sentido a esses grupos. Isso envolve tomar dados em texto ou imagens, segmentar as frases (ou parágrafos) ou imagens em categorias e rotular essas categorias com um termo, geralmente baseado na linguagem real do participante (conhecido como *in vivo*).
4. Usar o processo de codificação para gerar uma descrição do cenário ou das pessoas além das categorias ou dos temas para análise. Descrição envolve fornecimento de informações detalhadas sobre pessoas, locais ou fatos em um cenário. [...]
5. Prever como a descrição e os temas serão representados na narrativa qualitativa. O método mais popular é usar uma passagem narrativa para transmitir os resultados da análise. Pode ser uma discussão detalhada de diversos temas ou uma discussão com temas interconectados. [...]
6. Um passo final na análise de dados envolve fazer uma interpretação ou extrair significado dos dados. [...]

A partir do que foi proposto por Creswell (2007) as entrevistas foram transcritas e separadas de acordo com os objetos pesquisados; foi realizada uma leitura geral para identificar pontos comuns e divergências entre os entrevistados bem como aspectos particulares de cada município. As respostas dos atores foram separadas de acordo com os pontos analisados e ao final foi realizado uma síntese geral dos resultados. As transcrições completas estão de posse da pesquisadora e à disposição dos interessados.

Por fim foi realizada uma narrativa qualitativa utilizando passagens das entrevistas. As transcrições apresentadas ao longo do estudo de caso foram editadas, retirando-se os vícios de linguagem sem entretanto, gerar perda de sentido na mensagem.

A figura 1 apresenta um desenho de cada etapa realizada na pesquisa.

**Figura 1 – Desenho da pesquisa**



Fonte: Elaborada pela autora

A pesquisa foi desenvolvida em três fases. A primeira correspondeu ao desenvolvimento do referencial teórico que resultou na definição dos aspectos teóricos a serem pesquisados e na estruturação do roteiro de entrevistas.

A fase 2 referiu-se a definição do estudo de caso, aplicação e análise das entrevistas bem como análise dos documentos.

Já a última fase compreendeu a apresentação do estudo de caso, análise da teoria com os aspectos do estudo de caso e por fim os resultados encontrados.

## 4 APRESENTAÇÃO DO CASO

A Rota Romântica brasileira, que abrange alguns municípios do Rio Grande do Sul é um projeto inspirado no roteiro homônimo localizado na Alemanha. A versão gaúcha engloba cidades com origem predominantemente alemã e algumas cidades de tradição turística.

Para entender a estratégia que permeia a versão brasileira é importante entender o funcionamento e diretrizes da rota Alemã.

### 4.1 ANTECEDENTES: A ROTA ROMÂNTICA ALEMÃ - *ROMANTISCHE STRASSE*

A *Romantische Straße*, ou a Rota Romântica é a rota mais conhecida da Alemanha porque segue as trilhas de velhas rotas de romeiros e comerciantes abrangendo cidades que unidas mantêm a história centenária daquela região. São cidades imperiais com portões fortificados e muros que cercam núcleos de cidades históricas, igrejas góticas, importantes castelos e uma infinidade de igrejas barrocas.

Prefeitos e representantes das maiores cidades entre Würzburg e Füssen, totalizando 28 municípios, resolveram criar uma rota de férias para apresentar aos visitantes estrangeiros, principalmente os americanos que visitavam a Alemanha no período pós-guerra na década de 50. E para alcançar tal objetivo o roteiro foi incluído em inúmeros catálogos turísticos do mundo, além de uma intensa divulgação dos seus hotéis e hospedarias (ROMANTISCHE..., [2010]).

Esse projeto desenvolveu a economia, a hotelaria e os postos de trabalho em toda a área envolvida.

No ano 2000 a rota completou 50 anos. E foi um período em que os gestores viram a necessidade de desenvolver um projeto que mantivesse a rota sustentável para o futuro. Esse projeto visava criar diretrizes e orientações para quem estava direta e indiretamente envolvido e poderia contribuir para a qualidade das propostas turísticas.

O intuito de desenvolver o projeto foi ocasionado pelas mudanças que se tinham e se têm observado no turismo. As rotas tradicionais foram surpreendidas tanto pela concorrência de outras regiões da Alemanha e da Europa, como pela facilidade de se chegar a locais na Ásia.

De acordo com a Rota Romântica a sua posição de ponta como rota de férias e cultural somente se manterá se a qualidade dos serviços oferecidos, em todos os locais envolvidos, se mantiverem ao longo de seus 350km (ROMANTISCHE..., [2010]).

Então pela primeira vez foram reunidas pessoas do setor de turismo, representantes das comunidades envolvidas, hotéis, restaurantes, comércio e autoridades da rota para discutirem as diretrizes gerais, as inovações e medidas a serem tomadas “[...] para que a Rota Romântica permanecesse o que sempre foi: a mais conhecida e amada rota turística da Alemanha” (ROMANTISCHE..., [2010], s. 4, tradução nossa).<sup>1</sup>

Em 1995, a associação turística da rota e a universidade de Munique realizaram uma pesquisa junto a prefeituras e representantes locais em dez cidades, afim de coletar opiniões e sugestões para a rota. A pesquisa revelou quatro pontos fundamentais:

- havia desconhecimento por parte dos habitantes locais. Por exemplo, menos da metade sabia nominar espontaneamente de quatro a seis cidades que faziam parte da rota;
- o espírito comunitário era fraco. Para a maioria dos entrevistados a expressão “nós da Rota Romântica trabalhamos em conjunto” não significava nada;
- a atitude pró-turismo era positiva da parte das autoridades e setores envolvidos com a rota;
- as pessoas gostariam de se engajar. Mais da metade das pessoas entrevistadas estavam dispostas a tomar iniciativa para melhorar a rota e trabalhar em conjunto.

O resultado da pesquisa demonstrou deficiências, mas também mostrou aspectos positivos.

Para unir as pessoas de uma região tão grande e tão heterogênea em torno de um objetivo era preciso se concentrar nos pontos em comuns. Por isso os gestores da rota elaboraram um amplo protocolo de intenções porque possivelmente a maioria dos moradores poderia ser estimulado para o futuro desenvolvimento local; entre as cidades a variedade de opiniões era muito ampla e todos, em

---

<sup>1</sup> “[...] damit die Romantische Straße das bleibt, was sie bis heute ist: Deutschlands bekannteste und beliebteste Touristikroute (ROMANTISCHE..., [2010], s. 4).

qualquer posição, no dia-a-dia poderiam contribuir para que os hóspedes da rota se sentissem bem.

Mais de cem representantes, de três segmentos na rota, norte, centro e sul participaram das discussões. Foram levantados os pontos fortes e fracos e elaboraram diretrizes e propuseram providências. Muitos dos assuntos não eram novos para os participantes, porém tratar do assunto de forma comunitária e chegar ao consenso sobre o papel individual das cidades no projeto era a novidade.

Os pontos fortes elencados durante a reunião foram as

[...] cidades históricas e locais de visitação como museus; o acervo cultural rico, diversificado; o grau de reconhecimento da rota adquirido ao longo dos anos, tanto internamente como internacionalmente e a ampla e diversificada rede de hotéis e restaurantes (ROMANTISCHE..., [2010], s. 7, tradução nossa).<sup>2</sup>

Em relação aos pontos fracos foram destacados os seguintes aspectos conforme o mapa turístico da Rota Romântica (ROMANTISCHE..., [2010]):

- falta do sentimento de pertencer a um grupo com objetivos comuns;
- falta de hospitalidade para recepcionar os turistas;
- falta de informação no que se refere as atividades culturais comuns aos municípios;
- falta de trabalho em conjunto para coordenar as ações e informações sobre as cidades integrantes à Rota;
- fragilidade dos guias e sinalizações turísticas.

As diretrizes definidas para a rota foram (ROMANTISCHE..., [2010]):

1. a Rota Romântica é a rota turística mais conhecida e mais amada da Alemanha e as localidades querem que permaneça assim;
2. querem manter a posição de liderança com relação as demais rotas turísticas. Todos os envolvidos devem se esforçar para isso;
3. no centro dos esforços está o hóspede. Ele deve vir a rota não apenas pela história, pela beleza, etc., mas porque encontra hospitalidade e um tratamento diferenciado;

---

<sup>2</sup> “[...]die historischen Stadtbilder und Sehenswürdigkeiten sowie die Museen, all das eingebettet in wundervolle Landschaften; ein reiches, äußerst vielseitiges kulturelles Angebot; ein in Jahren gewachsener, hoher Bekanntheitsgrad im In- und Ausland; ein vielfältiges Hotel- und Gastronomie-Angebot (ROMANTISCHE..., [2010], s. 7).

4. somente e pensando em conjunto, hotelaria, restaurantes, empresários do turismo de cada cidade garantirão o futuro da rota. Melhorando a comunicação e modernizando a tecnologia da informação deve-se promover o contato entre os atores;
5. ter consciência de que a qualidade da hotelaria e dos restaurantes é decisivo para o bem estar dos hóspedes e pressuposto permanência mais duradoura nas cidades e retorno futuro;
6. esforçar-se para oferecer pacotes conjuntos, nas modalidades solicitadas pelos turistas, organizadores e agentes de viagens. Futuros investimentos para melhoria deverão ser feitos;
7. a preservação e manutenção da imagem, dos pontos turísticos e paisagens, bem como dos centros urbanos é obrigação de todos. Futuros investimentos para melhoria deverão ser feitos;
8. a Rota Romântica tem um rico programa cultural. Como é crescente o interesse do turista nesse âmbito, deve haver um esforço por uma melhor coordenação e divulgação, contribuindo dessa forma para que o turista permaneça mais tempo nas cidades;
9. reconhecer o turismo como importante fator econômico e como promotor do bem-estar e qualidade de vida nas localidades que fazem parte da Rota Romântica. Além disso, não medir esforços por um turismo universal e socialmente sustentável.

Com o desenvolvimento do turismo coletivo e da aplicação destas diretrizes a Rota Romântica teve mais de 5.040.97 hospedagens nas 28 cidades da rota no ano de 2009.

A experiência alemã demonstra um dos aspectos fundamentais e característicos da inovação social: o seu processo de difusão. Ao contrário da difusão tecnológica, controlada pelas empresas através de mecanismos de proteção industrial e de patentes, a difusão social permite uma troca de conhecimento e experiências entre os atores.



## 4.2 SURGIMENTO ROTA ROMÂNTICA BRASILEIRA

A Rota Romântica brasileira – RR, situada no estado do Rio Grande do Sul, surgiu em meados de 1995 a partir de uma proposta de diversas instituições e organizações, como a secretaria de turismo do Estado, universidades, municípios, agências e operadoras com a finalidade de desenvolver um turismo coletivo conforme afirma o presidente da Rota:

*“[...] a rota foi uma proposta que nasceu entre vários setores. Eu vou citar assim, a Secretaria Estadual de Turismo, as Universidades por parte da questão acadêmica, os próprios municípios através do Departamento de Turismo, as agências de viagem, operadoras, então foi uma proposta conjunta. O que se queria? Nós tínhamos a região das hortênsias aqui, mas a região das hortênsias eram quatro municípios, não é então o que queríamos. Nós queríamos um produto que pudesse englobar um maior número de municípios, principalmente focando essa história forte da nossa influência alemã, da imigração alemã, então o porquê São Leopoldo? Se iniciou em São Leopoldo por ser o berço da imigração alemã. Tinha que ter um ponto de partida, poderia ser Novo Hamburgo, poderia ser Dois Irmãos, enfim, então se iniciou em São Leopoldo por ser o berço da imigração alemã.. Pegamos São Leopoldo e terminamos em São Francisco de Paula. Com isso nós conseguimos ampliar a proposta, volto a dizer que nós já tínhamos um produto consolidado, que já era um produto, que já era um nome, é a região das hortênsias. Então foi mais ou menos dentro esta proposta que foi trabalhada para consolidar o roteiro turístico da rota romântica, de fazer uma proposta de turismo coletivo, fomentar o turismo. Esse é o nosso principal objetivo. Também, fomentar, criar ações em conjunto entre os municípios, para divulgar e fomentar o turismo de forma coletiva e não individual” (informação verbal)<sup>3</sup>.*

A definição da extensão da rota, portanto, foi ancorada tanto na tradição e na história como na influência alemã.

Como se observa, o objetivo fundamental foi, a partir da experiência turística acumulada principalmente por quatro municípios, expandir para outras localidades e assim fomentar o turismo regional. Esta questão percebe-se na fala da Secretária de educação, cultura, desporto e turismo do município de Picada Café ao mencionar o que significa integrar a Rota Romântica:

*“Integrar a rota romântica, na nossa concessão, vem a contribuir no sentido de investir mais nas questões do turismo. Então é uma forma de municípios que tem o perfil em comum, porque a rota é constituída de treze municípios muitos pequenos, mas também com municípios de ponta como Gramado e Canela. Então isso agrega, isso nos traz experiência de quem já vem investindo a muitos e muitos anos, décadas no turismo e também nos faz partilhar anseios e angústias, da mesma forma as ações entre os municípios pequenos a gente se*

<sup>3</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

*aproxima, uma vez que a gente vive as mesmas dificuldades e temos os mesmos desejos” (informação verbal)<sup>4</sup>.*

Em 26 de junho de 1995 deu-se o lançamento oficial da Rota Romântica junto aos órgãos de turismo, comunidades em geral e entidades públicas e privadas. Na oportunidade foi assinado um protocolo de intenções com o apoio da Secretaria Estadual de Turismo, Câmara de Turismo do RS e EMBRATUR, entre onze municípios e a Pontifícia Universidade Católica do RS, através da FAMECOS – Curso Superior de Turismo para mapeamento e diagnóstico turístico dos municípios.

No início de 1996, de 16 a 29 de março foi promovida uma viagem de estudo e observação à “*Romantische Straße*” da Alemanha e uma delegação partiu com o objetivo de conhecer os meios, fatores, setores e agentes produtores do turismo daquela região e colher subsídios para a implantação da rota gaúcha. O presidente da rota comenta, sobre a ida à Alemanha, que:

*“Nesta oportunidade se buscou justamente na Alemanha o modelo, o know-how da coisa. Nós tínhamos que ter um ponto de partida, como eles trabalham então se fez essa viagem técnica, onde participaram vários setores do trade turístico. E nós conhecemos este roteiro que acabou de completar esse ano sessenta anos. Conhecemos esse roteiro e vimos como eles trabalham esta questão de vender uma região e não vender uma cidade. Vimos como eles trabalham a questão administrativa, de manter juntos os municípios e a questão da divulgação. Quando se retornou desta viagem foi efetivado, vamos dizer assim de fato e de direito a rota romântica” (informação verbal)<sup>5</sup>.*

Percebe-se que a questão da troca de conhecimento é um aspecto relevante para quem participa da rota, como se observa na fala do diretor de turismo de Estância Velha ao relatar a sua visão sobre a Rota Romântica Alemã:

*“[...] a rota romântica da Alemanha tem sessenta anos de idade e eles preservam a arquitetura, ele eles tem uma particularidade toda especial na região que faz parte da rota romântica. São bem mais municípios do que nós temos aqui e uma coisa que eu notei de diferente lá é que os prefeitos falam da satisfação deles de fazerem parte da rota romântica. Isso tanto em municípios que tem duzentos mil habitantes como em municípios que tem quatro mil habitantes. Os municípios que tem quatro ou seis mil habitantes chega a receber um milhão de turistas por ano. Os caras tem setecentos hotéis, então a cidade vive em função, praticamente, do turismo” (informação verbal)<sup>6</sup>.*

A fundação da Associação dos Municípios da Rota Romântica – AMRR - se constituiu oficialmente no dia 22 de abril de 1996 com a realização da primeira

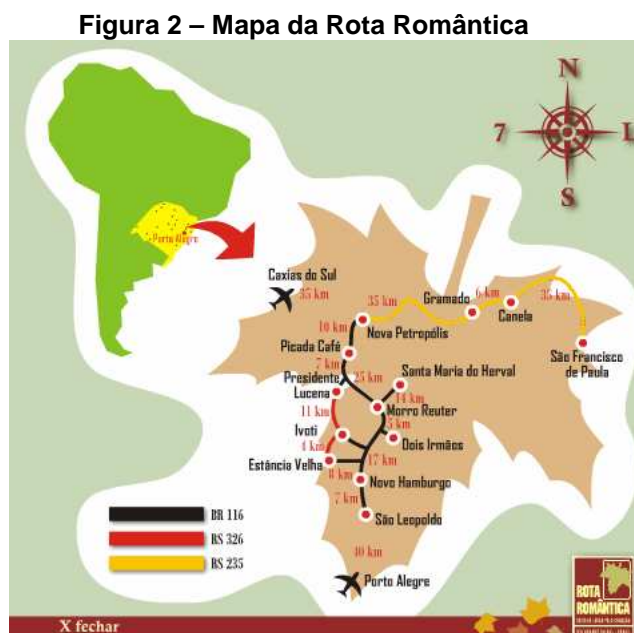
---

<sup>4</sup> Entrevista concedida à autora, em Picada Café, no dia 25 de fevereiro de 2011.

<sup>5</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>6</sup> Entrevista concedida à autora, em Estância Velha, no dia 21 de janeiro de 2011

Assembléia Geral dos municípios integrantes do então “Projeto Rota Romântica”. Integravam-na à época onze municípios, como São Leopoldo, Novo Hamburgo, Ivoti, Dois Irmãos, Morro Reuter, Presidente Lucena, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula. Em março de 1997 mais dois municípios foram incluídos na rota, Estância Velha e Santa Maria do Herval, totalizando treze integrantes da Associação, conforme mostra a figura 2.



Fonte: Rota... (2010)

Em 14 de maio de 1996, foi eleita a primeira Diretoria e Conselho Fiscal da entidade, para a gestão da AMRR até março de 1997. Até o ano de 2002 as diretorias eram eleitas com mandato de 1 ano, diferentemente do ano de 2003, que teve sua diretoria eleita com mandato de 2 anos (2003-2005).

A diretoria se encontra mensalmente para planejar e desenvolver ações de divulgação da Rota Romântica bem como, da qualificação do material distribuído e do serviço prestado aos turistas.

Em 19 de novembro de 1997 foi obtido o registro em cartório do primeiro estatuto e a inscrição como pessoa jurídica da Associação nos órgãos competentes. Sobre esta questão o presidente da Rota diz que:

*“Foi elaborado uma ata de constituição no dia vinte e dois de abril de noventa e sete. Na verdade a ata foi um ano antes mas, depois os estatutos ficaram prontos em noventa e sete. Então pode-se considerar de fato e de direito que ela*

*foi constituída em noventa e sete, lá no município de Dois Irmãos” (informação verbal)<sup>7</sup>.*

A partir desta data a associação dos Municípios da Rota Romântica passou a existir de fato e de direito. Atualmente, a Rota Romântica possui sede própria localizada no município de Picada Café, na BR116 – Km 193 junto ao parque histórico municipal Jorge Kuhn.

#### 4.3 A ROTA ROMÂNTICA E A INOVAÇÃO SOCIAL

Tendo em vista a definição de inovação social considerada neste trabalho, isto é, uma solução nova sendo mais eficaz, eficiente e sustentável para um problema social. E que o valor criado seja principalmente revertido para a sociedade como um todo (LE BER; BRANZEI, 2010), percebe-se que a Rota Romântica não surgiu com o intuito de solucionar algum problema nos municípios, mas de acordo com o presidente da rota ela surgiu para

*“Fomentar, criar ações em conjunto entre os municípios pra divulgar e fomentar o turismo de forma coletiva, não individual” (informação verbal)<sup>8</sup>.*

Desta forma a Rota Romântica é um empreendimento turístico que gera inovação social beneficiando todos os municípios. O secretário de turismo de Nova Petrópolis afirma que praticamente

*“Todo o trade turístico se beneficia. Desde o hotel, pousada, gastronomia, postos de combustíveis [...]” (informação verbal)<sup>9</sup>.*

E a população de forma geral também é beneficiada, uma vez que o turista que visita a cidade acaba gerando receita para o município e este é reinvestido através dos impostos na melhoria da infra-estrutura local. O secretário de turismo de Gramado em relação a este aspecto exemplifica dizendo que:

*“A questão dos bairros, toda esta questão do desenvolvimento dos bairros que nós tivemos praticamente todos asfaltados ela vem da receita do turismo. Então quer dizer, é uma questão social, a pessoa ter acesso asfaltado bem em frente a sua casa, quer dizer, você pode vir com o mesmo calçado para trabalhar... Não tem problema nestes acessos sem asfaltamento para as pessoas, então nós tivemos um desenvolvimento grande nos bairros, aonde o turismo, inclusive acaba beneficiando o armazém do bairro, a loja do bairro. Porque o garçom, a*

---

<sup>7</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>8</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>9</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

*camareira que recebe a receita no turismo ela acaba consumindo no seu bairro, isto a gente já notou, e com isto as pessoas dos bairros começam a montar equipamentos como lojas, restaurantes, pra buscar sim, pessoas da própria comunidade, mas que tem receita no turismo e na questão do agro turismo, do agro negócio no interior do município” (informação verbal)<sup>10</sup>.*

Esta afirmação do secretário de turismo de Gramado deixa bem claro os benefícios sociais que o município gera para a população, uma vez que são realizadas melhorias na infra-estrutura, como o asfaltamento das ruas; geração de emprego com a abertura de novos empreendimentos comerciais nos bairros e o fomento da venda de produtos pelos colonos.

Já para o assessor do secretário de turismo de Novo Hamburgo os beneficiados são:

*“A população toda, os turistas, o comércio e a própria prefeitura, o turista que vem pra Novo Hamburgo ele vem comprar, e aí gera renda pro comerciante, gera impostos pra prefeitura. Pode se dizer que todo mundo sai beneficiado, os restaurantes, os bares, enfim toda a infraestrutura turística da cidade” (informação verbal)<sup>11</sup>.*

O secretário de turismo de São Francisco de Paula também corrobora o aspecto de que toda a população é beneficiada porque:

*“[...] no momento que chega um visitante ele não vai deixar renda só para o hoteleiro, para o pessoal do restaurante. Não, tem um posto de gasolina, tem uma farmácia, tem um mercado e isso é uma roda, é uma engrenagem digamos assim, porque ao mesmo tempo que o mercado e a farmácia, tá todo mundo vendendo ele está empregando. E o cara que está empregado está levando sustentabilidade para a sua família. Eu acredito que o turismo é uma forma de trazer renda no geral para a cidade” (informação verbal)<sup>12</sup>.*

A visão da associação sobre os beneficiários da rota também contempla os municípios de uma forma geral, pois:

*“Os grandes beneficiados são os municípios e a região como um todo também. O estado ganha, a região ganha e as pessoas envolvidas com o trade turístico ganham, como restaurantes, bares, hotéis, empresas de turismo. Elas tem o seu ganho com isso e existe todo um trabalho que eu considero sempre assim, um conjunto de ações. As vezes o retorno lá na ponta ele pode demorar um pouco, mas ele vem. Daí talvez podemos pegar assim alguns municípios que vêm e sentem esse retorno agora, alguns municípios vão ter uma dificuldade, vão ter por uma questão de estrutura e vai demorar um pouco mais, mas os grandes beneficiários são todos aqueles que tem essa proposta coletiva conosco e acreditam no turismo como uma fonte de renda, seja ela direta ou indireta.*

<sup>10</sup> Entrevista concedida à autora, em Gramado, no dia 10 de fevereiro de 2011.

<sup>11</sup> Entrevista concedida à autora, em Novo Hamburgo, no dia 02 de fevereiro de 2011.

<sup>12</sup> Entrevista concedida à autora, em São Francisco de Paula, no dia 14 de fevereiro de 2011.

*Agregar valor e serviço ao produto turístico então como é que se faz isso hoje? Se você tem uma proposta de divulgação, você quer vender um produto e esse produto pode atingir uma classe de setores, empresa, empresários, municípios e instituições, ele precisa ter um foco, um caminho e esse caminho nós estamos trilhando. É como coloquei no início, nós nunca temos essa falsa percepção que nós estamos prontos. Nós estamos sempre evoluindo e a cada ano a gente pretende subir alguns degraus pra atingir esse efetivo de conseguir atingir que todos os nossos parceiros, que nós chamamos de pessoas físicas, jurídicas, municípios, entidades, todos que TRABALHAM, até artesanato, produtos coloniais, tudo entra nessa questão que eu estou colocando mas, que eles tenham na ponta o seu retorno. Então é muito difícil prever numa questão assim de turismo, de trabalhar numa região “ah, fulano que vai lá fabricar um vinho colonial, vai vender isso na rota, vai ter um retorno amanhã”. Ele vai ter seu retorno, mas um dia ele vai ter seu retorno de forma direta ou indireta, seja vendendo isso para um feirante de estrada ou vai vender direto, mas ele vai ganhar alguma coisa com esse produto turístico. Então esse é o trabalho que a gente vem querendo fortificar” (informação verbal)<sup>13</sup>.*

A rota tem como grande vantagem divulgar os municípios em escala nacional e internacional e nesse sentido o presidente afirma que o maior benefício da Rota Romântica é:

*“Fazer com que os municípios que não tinham nenhuma expressão, ou não nenhuma ascensão ao turismo, eles estão hoje inseridos num cenário turístico, se consolidou um roteiro e não um incremento de cidades que fazem a sua promoção de forma isolada. Acho que isso foi o maior ganho e sempre divulgar um roteiro, sempre divulga uma região, trazer esses município menor para que eles trabalhassem um pouco o seu pátio a sua riqueza cultural e gastronômica” (informação verbal)<sup>14</sup>.*

A opinião de alguns secretários de turismo neste aspecto também se assemelham com a idéia do presidente, pois segundo o Secretário de indústria, comércio e turismo de Santa Maria do Herval as vantagens são:

*“Várias. A gente consegue por exemplo fazer uma divulgação da região. Hoje tu não consegue vender uma cidade sozinha, ai como tu tem uma entidade que esta promovendo esta divulgação essa integração a nível regional facilita muito, e hoje o grande problema é a prefeitura investir em uma coisa em termos regionais, daí tem que ter uma entidade pra tu poder fazer isso, por exemplo, pra fazer uma folheteria, uma sinalização a nível de região, daí a rota veio pra proporcionar isso. A gente paga através da rota uma contribuição anual e repassa, assim, por exemplo, participação de feiras, a gente faz a nível de região, a nível de rota uma série de coisas aonde o município de repente sozinho não ia ter como fazer ou até não ia conseguir bancar o custo. Tu vai participar de uma feira grande, tu vai locar uma estande só pra ti, as vezes a*

<sup>13</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>14</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

*gente consegue locar um estande melhor, maior e melhor localizada, por um preço bem acessível” (informação verbal)<sup>15</sup>.*

Os municípios com menor tradição turística parecem vislumbrar mais as vantagens da rota do que os municípios mais desenvolvidos turisticamente. Para o secretário de turismo de Gramado a Rota ainda não agrega ao município por não ter uma estrutura comercial, conforme afirmado a seguir:

*“[...] estamos dentro do sistema da rota, ou como nós entendemos, e Gramado, principalmente, a rota ainda não é um produto comercial que está nas operadoras e agências de viagens, então o grande problema que nós, Gramado temos com o sistema da rota ainda é turismo de carro, vindo de porto Alegre ou de outros destinos do Brasil, que acabam subindo pela rota aproveitando a rota romântica e fazendo paradas nas cidades, como Nova Petrópolis, desde o início da rota, passando por Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco, tá na região das Hortênsias, mas ainda não existe a questão comercial. Como a questão comercial, a partir do momento que tem um produto turístico que você consegue estar dentro das operadoras e das agências de viagens do Brasil e do exterior, você consegue consolidar a venda no mercado, e hoje, ainda, a rota romântica ela depende do turismo de carro que é aquele de passagem, então esta é a visão que nós, Gramado, ainda temos da rota romântica, não conseguiu se consolidar um produto comercial como acontece hoje com a serra gaúcha, Gramado e a região das Hortênsias, ela já é um produto comercial e a rota ainda não conseguiu se transformar num produto comercial. Aí a questão do trabalho da rota ela deveria começar a formatar pacotes dentro da rota romântica pra distribuir nas operadoras e agências de viagens” (informação verbal)<sup>16</sup>.*

O contraponto desta questão são os municípios menores que agora estão visualizando no turismo uma forma de desenvolvimento, como é o caso de Morro Reuter, onde o coordenador de turismo apresenta a importância da Rota Romântica para o município e para a região:

*“[...] a rota romântica, hoje na nossa região ela é fundamental para o turismo, pois quando se pensa em turismo não tem como se pensar em turismo local, única e exclusivamente pra atrair gente para um município. Se há vários municípios envolvidos, por exemplo, Dois Irmãos tem o Kerb de São Miguel, Gramado tem o Natal Luz, Nova Petrópolis outros eventos, então colocando isso num pacote, torna-se mais atrativo e juntando tem mais opções de venda. Juntando os treze municípios da rota romântica, junta os treze, cada qual com seus atrativos, consegue atrair mais gente, então, fica fácil, se alguém vem pra Nova Petrópolis e está passando aqui por um restaurante em Morro Reuter ele vai parar. Então o papel fundamental da rota é juntar, unir estes treze municípios e pegar o que tem de melhor em cada e botar num pacote e vender isso” (informação verbal)<sup>17</sup>.*

<sup>15</sup> Entrevista concedida à autora, em Santa Maria do Herval, no dia 19 de janeiro de 2011.

<sup>16</sup> Entrevista concedida à autora, em Gramado, no dia 10 de fevereiro de 2011.

<sup>17</sup> Entrevista concedida à autora, em Morro Reuter, no dia 03 de fevereiro de 2011.

Outro ponto levantado pelos entrevistados foi a questão da captação de recursos, uma vez que de forma coletiva o acesso a recursos nos órgãos públicos se torna mais fácil, conforme afirma a secretária de educação, cultura, desporto e turismo do município de Picada Café:

*“Enquanto rota, enquanto grupo de municípios nós temos mais força também pra conseguir recursos junto ao ministério do turismo, junto a secretaria de estado do turismo. Então eu acho que parcerias com países como Alemanha que é a nossa referência, que é o nosso país inspirador no projeto da rota romântica, então eu acho que nós só ganhamos. A gente vai se inspirando, a gente vai ouvindo o testemunho que vem investindo a muitos anos e que afirmam e que testemunham de que realmente o turismo é hoje um grande investimento, é um investimento que dá certo porque ele trás retorno pro município e vamos junto com o grupo construindo”* (informação verbal)<sup>18</sup>.

Apesar dos pontos positivos abordados pelos entrevistados algumas questões inibem o funcionamento da rota, como a dificuldade de integrar os municípios e a consolidação comercial da mesma. Sobre o primeiro aspecto o presidente da rota diz que as dificuldades são de

*“Manter os treze municípios unidos e trabalhar os municípios com mais desenvolvimento turístico com os menores, as questões partidários políticas”* (informação verbal)<sup>19</sup>.

Isso também é afirmado pelo diretor de turismo de Estância Velha:

*“A gente tem muito isso, depende o partido que entra ele muda totalmente a relação com a rota ou o trabalho que vinha sendo desenvolvido em virtude de coisas partidárias... A nossa rota romântica sendo uma OSCIP ela já muda os principais cargos da direção, já não são mais cargos de pessoas públicas, são pessoas da iniciativa privada, até é uma característica da OSCIP. Então eu acho que isso já vai melhorar, só que a rota romântica, sem ter um apoio dos municípios não tem razão de ser”* (informação verbal)<sup>20</sup>.

Percebe-se que a entidade tem conhecimento das suas dificuldades e vem trabalhando para sanar alguns pontos. A mudança para uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP vem a contribuir com a rota uma vez que a iniciativa privada passa a fazer parte da gestão, integrando assim outros atores não vinculados a partidos. E outro aspecto positivo desta nova constituição organizacional é a captação de verbas públicas, como afirma o presidente da rota dizendo que

---

<sup>18</sup> Entrevista concedida à autora, em Picada Café, no dia 25 de fevereiro de 2011.

<sup>19</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>20</sup> Entrevista concedida à autora, em Estância Velha, no dia 21 de janeiro de 2011.



*“Hoje nós como OSCIP já ganhamos uma verba parlamentar... e vamos transformar em material promocional...” (informação verbal)<sup>21</sup>.*

As ações desenvolvidas pela rota não têm uma integração com os planejamentos desenvolvidos pelos municípios, pois os municípios ainda tendem a encaminhar solicitações que não beneficiem o coletivo, conforme citado pelo presidente:

*“A gente faz agora nesses meses, até final de março, o planejamento para o ano e aí esse planejamento para o ano que os municípios vão receber, aí eles podem dizer “não, meu município gostaria de fazer isso”. Isso não entra nem em votação porque senão eu vou ter que atender município A com uma sugestão, município B com uma sugestão, município C com uma sugestão, então os municípios trazerem as suas propostas devem ser propostas que beneficiem o roteiro e isso é uma grande dificuldade porquê o município vai querer fazer o seu pátio, então ele vai trazer “ah quero revitalizar uma praça”, então você busca dinheiro pra nós ou vice e versa, eu preciso do apoio formal da rota... então são ações assim que precisam ser discutidas, de forma conjunta, então normalmente é a rota que propõe, como instituição” (informação verbal)<sup>22</sup>.*

A partir da citação do presidente percebe-se que a Rota Romântica brasileira, comparada com a Rota Romântica Alemã ainda tem muito a desenvolver no que se refere ao pensar coletivamente, uma vez que a Rota Alemã já possui diretrizes claras que salientam a importância do pensamento e desenvolvimento de ações coletivas e que todos os envolvidos tem um papel fundamental no processo de consolidação do projeto.

Mesmo com algumas divergências políticas e/ou estruturas diferenciadas os atores envolvidos tentam contribuir com os demais membros da rota, principalmente no aspecto de troca de conhecimentos, conforme afirmado pela assessora da secretária de educação, cultura e desporto do município de Presidente Lucena:

*“A gente sempre troca idéia, tipo ‘como é que vocês conseguiram isso’. Estância Velha, Lindolfo Collor, eu já fui atrás até para fazer aqueles enfeites de natal. A gente troca um com o outro, a cada qual ajuda o outro” (informação verbal).<sup>23</sup>*

A diretora de turismo de São Leopoldo reforça esta ação de trocas de conhecimento quando diz que:

*“A gente está sempre em contato. Nós temos reuniões periódicas, e quando alguém precisa de alguma coisa grita. Me ajuda e tal. Puxa, precisaria do contato lá, quero Fritz e Frida que seja e ligam para o pessoal de Ivoti, me dá o contato*

<sup>21</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>22</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>23</sup> Entrevista concedida à autora, em Presidente Lucena, no dia 09 de fevereiro de 2011.

*lá queria pedir patrocínio, alguma coisa nesse sentido. A gente está sempre em troca. O tempo todo. Nem sempre o diretor ou secretário de turismo é técnico na área, desculpe, em outra área. Então isso também a gente troca muito. Nêmora tu que tem..., pois sou formada em hotelaria e turismo, tenho as duas faculdades, então as vezes poxa a gente esta com uma entrevista para dar sobre a capacitação nova de hotéis e a Nêmora que vai, então me diz Nêmora o que tu faz e aí vai trocando informações, o tempo todo. O tempo todo” (informação verbal)<sup>24</sup>.*

Um aspecto relevante na citação da secretária de turismo de São Leopoldo se refere aos interesses dos atores, uma vez que o contato entre os municípios ocorre quando alguém precisa de apoio e/ou informação para realizar determinada atividade. Não há convergência absoluta entre as visões de cada ator sobre o processo.

A rota, como associação, vem desempenhando um trabalho a fim de beneficiar o grupo, como a realização de um levantamento turístico no ano de 2010, o que contemplou além de um diagnóstico dos atrativos, atividades turísticas e infraestrutura o aspecto social e ambiental das cidades, conforme afirmação do presidente:

*“É um trabalho que está sendo iniciado, aliás foi iniciado no ano passado. Nós vamos agora durante o ano empreender um inventário turístico em cada município. Nós iniciamos no primeiro município para nós termos um banco de dados atual. isso é feito de tempo em tempo. Em 2007 nós tínhamos um levantamento assim e então hoje nós vamos atualizar ele. Então vai ser feito um inventário turístico em cada município, onde serão também elencados essas questões sociais. Aí entra uma outra questão, como hoje nós somos uma OSCIP, a OSCIP tem por sua finalidade também a questão social e ambiental, então é uma coisa que agente pretende trabalhar mais nos próximos anos com mais foco voltado um pouco também a esta questão. No nosso material promocional entram régua, lápis, material escolar, porque nós queremos que na idade escolar a criança tenha essa visão de turismo, de preservação da natureza e que ela grave o nome rota romântica. Então a gente fez todo um trabalho de marketing, planejamento de marketing para atingir também a idade escolar. Então são pastas, são cadernos, são régua em grandes quantidades que nós vamos dar nos municípios para eles distribuírem, através da secretaria da educação, nas escolas pra atingir já esse aluno. Esse aluno quando está entrando nessa visão um pouco mais acentuada dentro do município, pra que ele conheça o produto da rota romântica e saiba quais são os nossos objetivos, as nossas ações no lado social e como eu coloquei, de posse desse inventário de cada município nós vamos ter um banco de dados eletrônico atual, com população, economia, dificuldades, turismo, prédios históricos, o que pode se fazer num município e aí nós vamos apontar nossas ações para os próximos dez anos ou cinco anos” (informação verbal).<sup>25</sup>*

---

<sup>24</sup> Entrevista concedida à autora, em São Leopoldo, no dia 20 de janeiro de 2011.

<sup>25</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

Como se observa, a institucionalização da rota romântica se dá através da criação de uma Oscip, um instrumento legal e formal que também tem por finalidade cuidar de aspectos sociais, como o trabalho realizado com os alunos na entrega do material escolar e ao mesmo tempo uma educação turística, afim de que esta criança cresça com a consciência da importância do turismo/rota romântica para o seu município.

Em relação aos municípios, estes, de uma forma geral, não possuem um levantamento sobre as suas necessidades sociais, com exceção de Gramado que já vem realizando um trabalho neste aspecto conforme apontado pelo secretário de turismo de Gramado:

*“A questão das creches hoje em Gramado é uma questão social muito grande, nós conseguimos ter hoje creches noturnas, pra quem trabalha fim de semana, porque quem trabalha neste setor precisa trabalhar no fim de semana, enquanto os outros descansam a gente trabalha [...]”* (informação verbal).<sup>26</sup>

A rota romântica vem se consolidando ao longo dos anos, e repercutindo de forma positiva para o turismo da região, apesar das dificuldades encontradas. Pode-se constatar que a rota romântica é um empreendimento turístico que gera inovação social, uma vez que tendo como objetivo alavancar o turismo dos municípios, ela “busca contribuir para a prosperidade, o entendimento e o bem estar da humanidade através daqueles que viajam e das comunidades que os recebem, bem como do patrimônio cultural, natural e social” (LAGE; MILONE, 2004, p. 89).

#### 4.4 A ROTA ROMÂNTICA E A INOVAÇÃO SOCIAL TERRITORIAL

Partindo do pressuposto que a Rota Romântica é um empreendimento turístico que gera inovação social, ela não se enquadra na definição de inovação territorial de Moulaert et al. (2005), o qual esta tem como objetivo a satisfação das necessidades humanas em nível regional. O trabalho da associação em conjunto com outras entidades proporcionam sim uma melhoria na qualidade de vida da população dos municípios de uma forma indireta, como afirma o presidente da rota:

*“Com certeza se fomos considerar que a melhor qualidade de vida é tudo, uma educação voltada pra turismo, pra cultura, para a preservação, então nós estamos falando diretamente de qualidade. De fazer com que o município organize a sua área numa proposta turística, organize as estradas, estruturação*

---

<sup>26</sup> Entrevista concedida à autora, em Gramado, no dia 10 de fevereiro de 2011.

*de informações de atendimento ao visitante, de pontos turísticos, de praça, de limpeza de lixos, óbvio que isso é qualidade. Óbvio que é qualidade quando o município ele tem que ter uma aparência, ele tem que ter uma cara. Se você faz ele criar essa cara que antes não tinha, se você faz plantar flor num canteiro que antes era abandonado, se você consegue fazer com que o município faça uma revitalização de uma praça e coloque lixeiras e instrua a sua população pra usar e fazer, então nós estamos falando de qualidade de vida. Não é apresentações culturais e artísticas, através de eventos, são qualidade de vida que talvez antes não eram trazidas ou eram trazidas em número menor ou esporadicamente, e hoje por estar inserido num contexto e se auto valorizar mais é trazido essas opções culturais, então estamos falando em qualidade de vida” (informação verbal).<sup>27</sup>*

A visão do secretário de turismo de Canela reflete também este aspecto da melhoria na comunidade:

*“Dentro da comunidade a gente percebe que o empresário, dentro deste foco que a gente tem que entender, o empresário do turismo, que está ligado a este tipo de associação, não só o gestor público, ele enxerga uma série de vantagens que elas vão acabar repercutindo na comunidade, que isto é uma cadeia, que o turismo nos traz, nos beneficia bastante nisso, que ele vai sempre distribuindo a sua renda do turismo em toda a comunidade. Ele demora um pouco, porque é uma cadeia que começa lá no restaurante que vai acabar fazendo uma reforma que vai gastar numa loja de construção que o funcionário vai ter um salário um pouco melhor, que vai gastar numa loja de roupas, então, economicamente ele envolve toda uma comunidade, indiretamente ele tem este reflexo” (informação verbal).<sup>28</sup>*

A Rota Romântica, através de suas ações, proporciona a inovação social territorial conforme visto nas falas acima, nos aspectos de educação, infra-estrutura, cultura e a relação das empresas e o empresariado.

A rota se difere das demais rotas turísticas pela sua característica alemã, que abrange cultura, gastronomia e arquitetura dos municípios e pelas belas paisagens naturais. De acordo com o secretário de agricultura, turismo, indústria e comércio de Dois Irmãos a rota

*“Tem uma região extremamente bonita, em que a beleza da encosta da serra e da serra gaúcha é um aspecto impar, que de fato nos distingue” (informação verbal).<sup>29</sup>*

Como se observa, um ator importante na configuração da Rota Romântica é a própria natureza, os atrativos que oferecem os recursos naturais que instigam os turistas a conhecer a região.

Já o assessor do secretário de turismo de Novo Hamburgo diz que:

<sup>27</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>28</sup> Entrevista concedida à autora, em Canela, no dia 10 de fevereiro de 2011.

<sup>29</sup> Entrevista concedida à autora, em Dois Irmãos, no dia 21 de janeiro de 2011.

*“O que difere é a beleza que ela tem, os municípios que agregam ela, a cultura que ela tem a oferecer, a história que ela tem a oferecer, e pode se dizer, a cultura, os locais, as cidades. Acho que o que ela tem a oferecer é tudo isso aí”* (informação verbal).<sup>30</sup>

E o aspecto cultural da rota é salientado pela diretora de turismo de São Leopoldo:

*“[...] acho que primeiro a diferença da beleza natural mesmo. A primeira identidade que ela tem comum, ela tem identidade de imigração alemã. São Leopoldo foi berço da imigração alemã e todas as cidades que pertencem a RR foram um dia São Leopoldo, colônia de São Leopoldo. Essa identidade comum que é difícil de tu ver em outra região. Até tu vê imigração alemã, mas não tantos municípios unidos numa rota tão bonita, subindo a serra, com uma beleza natural tão bonita. Outra coisa, além dessa coisa em comum, dessa identidade comum, a biodiversidade, nós temos morros, cachoeiras, nós temos cidades urbanas, bem urbanas como São Leopoldo, a história fantástica. Diferente de ter uma história tão rica, comum, como todos os municípios juntos tem. A receptividade acho que é bem interessante, o visitante é recebido com uma bandinha, recebido com muita comida diferente. Acho que é o diferencial que nós temos. Mas a beleza natural, ela é realmente romântica”* (informação verbal).<sup>31</sup>

Na citação da secretária de turismo percebe-se a identidade alemã como aspecto comum entre os atores que cria o diferencial da rota em relação a outros projetos similares.

E para chegar a este ponto do projeto, de ser um projeto que traz benefícios para os atores envolvidos o mesmo conta com o apoio de diversas entidades que contribuem para o desenvolvimento das ações e crescimento da rota. O presidente da rota diz que os parceiros são:

*“Secretaria de Turismo do Estado, universidades, ainda o trade turístico, constituído dentro de entidades governamentais ou sejam, por meio de operadoras, se falar assim do turismo como um todo ele é nosso parceiro. Nós tivemos uma ação a dois anos atrás com a Fecomércio, onde ela lançou um folder, rota e roteiros, então existem sempre ações que a gente vai ampliando, a gente tenta sempre ampliar pra outros setores. Nós sempre buscamos mais parceiros pra fortalecer o nosso produto, mas também tem uma linha assim, a gente tem que seguir uma linha de trabalho e dentro desta linha de trabalho existem pessoas que podem somar e aí nós buscamos essas”* (informação verbal).<sup>32</sup>

Percebe-se a importância das parcerias, como as secretarias de turismo, universidades, iniciativa privada, entidades governamentais entre outros que apóiam

<sup>30</sup> Entrevista concedida à autora, em Novo Hamburgo, no dia 02 de fevereiro de 2011.

<sup>31</sup> Entrevista concedida à autora, em São Leopoldo, no dia 20 de janeiro de 2011.

<sup>32</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

tanto financeiramente como através de ações específicas são fundamentais para o crescimento e consolidação da rota.

E no âmbito de cada município também há parceiros que auxiliam nas ações da rota, conforme afirmado pela diretora de turismo de São Leopoldo:

*“Aqui em São Leopoldo nós tínhamos um associado, São Leopoldo não aderiu muito ainda, um associado que era Vida Bela Turismo. Ela foi para Novo Hamburgo e agora não é mais de São Leopoldo. Mas, sempre que a gente precisa alguma coisa, sempre nos auxiliaram, ACIS, Pólo Gastronômico, eles não são associados, mas eles sempre apóiam. São parceiros e apóiam. A própria autorquia do SENAI apóia bastante. Então, o pessoal vê a importância da rota romântica”* (informação verbal).<sup>33</sup>

Os resultados gerados pela Rota Romântica não são completamente tangíveis para os municípios, apesar de valorizarem as ações desenvolvidas pela rota a fim de que o fluxo de turistas seja cada vez maior. O coordenador de turismo de Morro Reuter afirma que:

*“O município, ele sobrevive através das empresas que tem geração de impostos e tal. E quanto mais serviços, mais restaurantes mais gente gastar o dinheiro aqui melhor. E a rota tem esse papel de trazer gente e, mesmo embora a rota não ganhando, a rota como instituição, com a vinda, os municípios ganham e é feito um repasse anual que eu não saberia agora precisar de quanto seria porque é variável conforme o orçamento e tal. Os municípios repassam pra campanhas publicitárias e vinda de outros eventos e tal”* (informação verbal).<sup>34</sup>

Aqui um aspecto importante se refere não necessariamente aos ganhos econômicos, mas a ganhos de outra ordem, a outro tipo de valor, como a divulgação dos municípios para atrair os turistas.

E o secretário de indústria, comércio e turismo de Santa Maria do Herval também aponta os aspectos que a rota beneficia na localidade conforme mencionado abaixo:

*“[...] Essa visão de que o turismo aqui vai ter futuro, baseado em cima da divulgação que tem sido feita pela rota, hoje nós temos restaurantes que antes não havia, apesar de serem ainda familiares e não gerarem tanto emprego. Mas se tu voltares dez anos atrás não existiam. Temos duas agências de turismo, de transporte, apesar de que elas não só fazem a parte de turismo, elas fazem transporte urbano também, mas se tu voltares a dez anos atrás não existia. Quer dizer que esse projeto ao longo desses doze anos que Santa Maria do Herval esta fazendo parte trouxe algumas vantagens, pleitos junto ao estado pra conclusão desta rodovia até aqui... Esse hotel fazenda que está sendo implantado, ele vai levar de um a dois anos até ficar pronto, mas já em função da*

<sup>33</sup> Entrevista concedida à autora, em São Leopoldo, no dia 20 de janeiro de 2011.

<sup>34</sup> Entrevista concedida à autora, em Morro Reuter, no dia 03 de fevereiro de 2011.

*conclusão da rodovia, tu vê uma série de projetos novos e que vão movimentar muito a economia do município futuramente. Com certeza vão gerar emprego, vão gerar um retorno considerável, sem falar a questão do turismo rural. Nossa vocação é mais pro turismo ecológico e rural. Hoje tem muita gente investindo na agricultura orgânica, já pensando nessa questão do turismo, de vender pro turista que é o publico diferenciado que compra esse produto um pouco mais caro, mas que é sem agrotóxico, que é mais natural e mais indicado pra saúde” (informação verbal).<sup>35</sup>*

Mesmo com o incentivo das ações conjuntas os municípios mantêm sua autonomia de trabalho, como a utilização do logotipo Rota Romântica. Não há nenhuma punição caso não seja colocado nos materiais de divulgação, porém é trabalhado os ganhos que esta pequena ação proporciona a todos. O secretário de turismo de Nova Petrópolis, comenta que:

*“Pelo tipo de parceria que nós temos é padrão em todo o material que nós publicamos nós colocamos essa logomarca da RR também. Mas digamos, nós temos essa autonomia, se nós quisermos colocar nós colocamos, se não quisermos, nós não colocamos. Mas hoje por definição, por padrão em relação a parceria que nós temos todos os materiais saem com a logomarca da rota” (informação verbal).<sup>36</sup>*

Já a assessora de turismo de Ivoti comenta sobre a divulgação coletiva da rota:

*“Quando a gente participa fora a gente leva material do roteiro, que contempla todos os municípios, mas a gente não leva, por exemplo, específico de Novo Hamburgo, Dois Irmãos, etc. A gente leva material de Ivoti e o material da RR onde todos os municípios estão inseridos. Desta forma que a gente forma a parceria” (informação verbal)<sup>37</sup>.*

As ações desenvolvidas bem como os resultados da rota são comunicadas para os associados através das reuniões mensais, envio de atas por e-mails e para a comunidade através da mídia em geral, de forma espontânea. O presidente da Rota, comenta sobre a reunião do conselho e dos municípios, dizendo que:

*“É um conselho diretor formado por seis pessoas eleitas hoje pela iniciativa privada e pelo poder público a cada quatro anos. Além do conselho diretor são feitas reuniões, por exemplo, o conselho tem uma reunião, em estatuto o conselho tem uma reunião mensal, que podem ser duas, três, conforme necessidade, mas é uma reunião mensal e a cada três meses a gente faz uma reunião com o secretário de turismo. A gente chama assim de seminário. A gente vai chamando eles pra difundir as idéias, cada reunião é lavrada uma ata e se faz um relatório e é enviado para os municípios, então amanhã nós vamos ter uma reunião do conselho e se gera uma ata e gera um relatório que emitido aos municípios para eles acompanharem as decisões tomadas e aí de tempo em*

<sup>35</sup> Entrevista concedida à autora, em Santa Maria do Herval, no dia 19 de janeiro de 2011.

<sup>36</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>37</sup> Entrevista concedida à autora, em Ivoti, no dia 18 de janeiro de 2011.

*tempo, pelo estatuto são três meses, às vezes pode ser seis, dois, a gente chama os secretários pra discutir as ações” (informação verbal).<sup>38</sup>*

O diretor de turismo de Estância Velha comenta sobre a comunicação da rota com os municípios e acrescenta o aspecto da comunicação com o público através de materiais. Ele afirma que:

*“É pelas reuniões. Nessa reunião mesmo pra essa viagem que nós fizemos teve um rapaz que trabalha no ministério do turismo, ele esteve visitando junto a Alemanha e através dele agora já se conseguiu uma verba, se pleiteou com ele e foi liberada agora. Então vai ser feito toda uma folheteria, vai ser feito todo um material de divulgação com patrocínio do ministério do turismo, da rota romântica e essa folheteira, esses materiais de divulgação vão ser disponibilizado também pros municípios e isso vai ser, por exemplo, divulgado a rota também nas demais regiões do estado. Então são este tipo de ações assim, nas reuniões, nos fórum de turismo que isso se divulga e as ações se passa pra população via jornal também” (informação verbal).<sup>39</sup>*

O coordenador do departamento de turismo de Morro Reuter reforça o aspecto do uso das mídias na divulgação para a população das ações da rota afirmando que:

*“Inicialmente são feitas reuniões onde todos os municípios da rota se reúnem, fazendo um almoço, janta, uma reunião onde são feitos os informativos, e na medida do possível isso é repassado pra imprensa, tem em especial o Jornal Diário, e dos 15 municípios de abrangência do jornal, 13 pertencem a rota romântica, então é um meio de comunicação importante de disseminação do que a rota tá fazendo” (informação verbal).<sup>40</sup>*

Apesar da Rota Romântica não ter surgido com a finalidade de satisfazer alguma necessidade humana regional, mas que através do turismo acaba atendendo este quesito, alguns aspectos da rota poderiam então ser enquadrados nos recursos de inovação social territorial proposto no conceito da autora, como:

- núcleo da dinâmica de inovação: o núcleo da inovação é a própria Associação da Rota Romântica, uma vez que ela é a fomentadora das ações que trarão os benefícios para os municípios;
- papel das instituições: com a parceria com instituições públicas e privadas, como ministério do turismo, secretaria estadual do turismo, entidades locais como associações comerciais, entre outros a Rota Romântica consegue inovar socialmente;

---

<sup>38</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>39</sup> Entrevista concedida à autora, em Estância Velha, no dia 21 de janeiro de 2011.

<sup>40</sup> Entrevista concedida à autora, em Morro Reuter, no dia 03 de fevereiro de 2011.



- desenvolvimento regional: a Rota Romântica não tem como trabalhar sozinha, por isso é necessário a atuação de vários atores, como os próprios municípios, o *trade* turístico, os estabelecimentos locais e diversas instituições;
- cultura: a cultura predominante é de fortalecer as relações entre a associação e os municípios e entre os próprios municípios, uma vez que o trabalho coletivo beneficiará o grupo;
- tipo de relação entre os agentes: Os laços entre a associação e os municípios não são igualitários. Existe municípios que estão mais participativos dentro do projeto e outros menos. Este fato ocorre devido a questões políticas e ao próprio nível de desenvolvimento turístico que o município se encontra. Este quesito é um desafio para a atual gestão, que é de integrar cada vez mais o grupo;
- tipo de relação com o ambiente: a Rota Romântica não tem a noção clara ainda das questões sociais a serem trabalhadas nos municípios. De forma indireta, com o fomento do turismo local, algumas questões acabam sendo sanadas, como geração de empregos, geração de receitas e melhoria na infra-estrutura local.

A rota ainda tem um longo trabalho a desenvolver nos aspectos sociais dos municípios, porém eles estão se articulando a cada ano para que o turismo nos treze municípios ocorra de uma forma organizada, sistemática e profissionalizada implicando em aspectos positivos para a população de cada localidade.

#### 4.5 A ROTA ROMÂNTICA COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL

Baseado na teoria de Humphreys (2005) a construção social envolve quatro aspectos, que são os grupos sociais relevantes, a flexibilidade interpretativa, o encerramento e a estabilização. Em relação à Rota Romântica pode-se dizer que os grupos sociais relevantes abrange os municípios. Em relação ao artefato, este é o mesmo para todos os grupos, ou seja, é a própria Rota Romântica. Porém, os diversos atores que a compõem possuem visões diferentes (flexibilidades interpretativas) sobre o mesmo.

Estas diferentes interpretações ocorrem devido ao grau de desenvolvimento em que determinados municípios se encontram no turismo, como, por exemplo, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula que estão num estágio mais avançado do que os demais e desta forma não conseguem perceber tão densamente os benefícios da rota para suas localidades. A visão do secretário de turismo de Nova Petrópolis sobre esta questão é de que:

*“[...] falta uma unanimidade digamos assim. Que nem Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco são municípios que fazem parte da RR agora que se tu for conversar com Gramado e Canela tu vai ver que eles não dão muita importância para a RR, entendeu? Porque eles já estão consolidados no mercado, eles não dependem da RR para absolutamente nada. Então isso é uma dificuldade que eles estão enfrentando, inclusive agora”* (informação verbal).<sup>41</sup>

Já o município de Picada Café faz o contraponto do entendimento da Rota ao dizer que:

*“Integrar a rota romântica na nossa concessão vem a contribuir no sentido de investir mais nas questões do turismo, então é uma forma de municípios que tem o perfil em comum, porque a rota é constituída de treze municípios muitos pequenos, como também como municípios de ponta, como Gramado e Canela, então isso agrega, isso nos traz experiência de quem já vem investindo a muitos, a muitos anos, a décadas no turismo. E também nos faz partilhar anseios, angustias e da mesma forma as ações entre os municípios pequenos. Então a gente se aproxima, e uma vez que a gente vive as mesmas dificuldades, temos os mesmos desejos, mas em função de que a gente sempre esbarra na questão financeira, se tu vais olhar os municípios pequenos o orçamento não tem destinado muito recurso pro turismo e sempre é um valor ínfimo e aí a gente consegue compartilhar. E rota o que ela faz, ela vêm agregar porque daí ela sistematiza as produções, eles pensam conosco, independente de ser um município de grande porte ou município que vem investindo pouco em turism. Então ela é um pensar coletivo, então nós pensamos e elaboramos e desenvolvemos as estratégias de forma coletiva”* (informação verbal).<sup>42</sup>

Em relação à etapa do encerramento, ou seja, o significado atribuído pelos diferentes grupos sociais relevantes a um artefato pode-se dizer que os grupos ainda não tem um significado único do que a Rota significa para todos os municípios, desta forma pode-se inferir que esta etapa do encerramento ainda não foi concluída.

Embora haja, evidentemente, flexibilidade interpretativa com relação à forma como cada ator considera o objeto (a RR), é possível afirmar-se que a Rota Romântica ainda é um objeto em formação. Apesar dessa afirmação parecer contraditória, pois há uma rota – a estrada – e há uma relação dos municípios com

---

<sup>41</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

<sup>42</sup> Entrevista concedida à autora, em Picada Café, no dia 25 de fevereiro de 2011.

essa estrada, o projeto ainda está em desenvolvimento e ainda longe de sua total consolidação. A Oscip criada, institucionalizando as ações da rota, indica um caminho rumo ao encerramento das controvérsias e futura estabilização da rota.

#### 4.6 A ROTA ROMÂNTICA VISTA SEGUNDO A TEORIA ATOR-REDE

A Teoria Ator-Rede procura entender como os atores e organizações, formados por pedaços do tecido social, do técnico e do textual, são montados em conjuntos e convertidos num produto científico, que apesar de possuir partes heterogêneas, se assemelha a um único e compacto objeto (LAW, 1992). A Rota Romântica inicialmente parece ser apenas uma estrada que interliga vários municípios ao longo dos seus mais de 100km de extensão, porém ela é o elo de uma extensa rede, composta por atores e por objetos duráveis que representam o resultado de um projeto para unir o maior número de municípios com forte influência da cultura alemã no Rio Grande do Sul em torno de um objetivo comum.

Cita-se como sendo os atores da rota os municípios (através de suas representações legais), a população, a associação da Rota Romântica, o *trade* turístico, as entidades, as universidades, as instituições públicas, a estrada, as centrais de informações turísticas, o plátano e outras rotas que influenciaram e influenciam o projeto e a gestão. O quadro 7 apresenta os principais atores e suas funções dentro da Rota.

**Quadro 7 – Atores e suas funções na Rota Romântica**

<b>Ator</b>	<b>Função</b>
Municípios	Gestores municipais que desenvolvem o turismo local e que fomentam o desenvolvimento econômico e social das localidades.
População	Agentes que trabalham no turismo local e sofrem a ação dos benefícios econômicos e sociais da rota
Associação Rota Romântica	Gestora e articuladora da Rota
<i>Trade</i> turístico	Agentes inseridos nos municípios que participam do fenômeno turístico, como restaurantes, hotéis, empreendimentos de lazer, entre outros.
Centrais de Informações Turísticas	Orientar os turistas quanto aos atrativos dos municípios e infra-estrutura turística
Entidades	Incentivadora de ações
Universidades	Geram conhecimento para melhoria e desenvolvimento das ações da rota
Instituições Públicas	Provedora de recursos
Outras rotas turísticas	Modelo de gestão
Estrada	Elo de ligação entre os municípios

Fonte: Elaborado pela autora

De uma forma ou de outra estes atores se unem, uns mais e outros menos, para que a Rota Romântica possa se consolidar cada vez mais no mercado nacional e internacional. E para que tal ação se concretize o papel de liderança fica direcionado ao presidente da rota, uma vez que no grupo não se destacou naturalmente uma pessoa que pudesse entrar em contato com os municípios para incentivar a participação das reuniões e ações da rota. A assessora de turismo de Ivoti reforça este aspecto que somente a presidência faz um contato com os municípios ao dizer que:

*“Não tem ninguém especificamente que não seja a secretária do próprio roteiro ou ele mesmo (presidente). É a própria diretoria que liga e faz os contatos e tal, que movimenta. Um município em especial que lidere de alguma forma eu não vejo”* (informação verbal).<sup>43</sup>

Apesar de não haver uma liderança informal no grupo, parece que os municípios seguem as melhores práticas/ações dos parceiros, como sustenta a diretora de turismo de São Leopoldo quando afirma que:

*“Não tem um tipo que sobressaia mais. Existe uma troca. São Leopoldo fez isso, vou dar um exemplo. Quando a gente fez a central de informações RR depois outros municípios fizeram as suas centrais também. Logo Novo Hamburgo fez na praça depois Ivoti fez. E isso acontece de outra forma também, de outras coisas também, alguém faz um material diferente, poxa este material. Mas não que um se sobressaia que o outro seja mais líder, que um puxe mais a frente do que o outro. Existem municípios que são mais avançados no turismo [...]”* (informação verbal).<sup>44</sup>

Em relação aos símbolos que representam a rota pode-se citar a cultura alemã, o estilo arquitetônico dos municípios, a gastronomia e o plátano, que é a árvore símbolo da Rota Romântica e sua folha, transformada em selo-logomarca que identifica o potencial turístico da região.

O secretário de turismo de Gramado afirma que o símbolo da rota são

*“Os plátanos, a rota romântica pra mim é os plátanos, é a nossa questão da nossa construção típica da região européia, mais focada no estilo germânico, então, quer dizer, isso eu acho que pra mim é o símbolo da rota”* (informação verbal).<sup>45</sup>

Em relação ao símbolo da rota, o presidente diz que:

<sup>43</sup> Entrevista concedida à autora, em Ivoti, no dia 18 de janeiro de 2011.

<sup>44</sup> Entrevista concedida à autora, em São Leopoldo, no dia 20 de janeiro de 2011.

<sup>45</sup> Entrevista concedida à autora, em Gramado, no dia 10 de fevereiro de 2011.

*“Os plátanos que eu lembro agora. As pessoas não entendem que os plátanos não caíram ali, os plátanos foram plantados há nove anos atrás e foi uma ação se me lembro bem, foi na minha época ainda, foi uma ação pra gente fazer uma sinalização natural e a nossa proposta é, você segue os plátanos então você está na rota. E o plátano era uma árvore européia, que tem aquela transformação no inverno, por exemplo, as folhas caem, ficam coloridas então remetia ao lado romantismo e coisa agora nós vamos fazer uma outra ação que é colocar liquitamber no meio, porque o liquitamber é popularmente chamado plátano canadense e ele já tem uma outra coloração, mais avermelhada, então se nós fizermos essa ação agora pra copa, ele vai ter três, quatro metros, então ele tá bonito. Então são ações que a gente vai implantar agora ao longo de dois mil e onze. Tudo que nós fizemos no início até hoje ajudou a consolidar o roteiro”* (informação verbal).<sup>46</sup>

Como se observa, a utilização dos principais conceitos avançados pela Teoria Ator-Rede permite considerar alguns elementos que ressaltam na composição da Rota Romântica. Ela não é composta apenas de asfalto, ela se impregna de significados, ela se sustenta pela ação de alguns agentes – pessoas físicas e jurídicas – e também de objetos e de mensagens explícitas e implícitas.

#### 4.7 UMA ANÁLISE FINAL SOBRE A ROTA ROMÂNTICA

Uma rota turística pode ser considerada como um caminho que delimita o território onde a população constrói sua identidade com base em características comuns em termos de paisagens, história, composição étnica, cultura e economia, mobilizando a população para desenvolver o turismo com o objetivo de melhoria de qualidade de vida da região (AUOZANI, 2005).

A Rota Romântica surge como uma solução para os municípios que a integram, uma vez que o trabalho coletivo através do turismo gerou resultados sociais nas comunidades, como visto nos comentários dos secretários de turismo. Ela não surgiu de um problema social como aponta a teoria (LE BER; BRANZEI, 2010) para explicar o que é a inovação social, porém classificar a Rota Romântica como uma inovação social não leva em conta os objetivos iniciais mas, sim, os resultados obtidos ao longo da implantação. Ou seja, embora, evidentemente, estivessem embutidos aspectos sociais nas primeiras deliberações, o interesse primário era o desenvolvimento do turismo.

---

<sup>46</sup> Entrevista concedida à autora, em Nova Petrópolis, no dia 17 de janeiro de 2011.

Em outras palavras: a Rota Romântica não é uma inovação social, mas sim um empreendimento turístico que gerou algumas inovações sociais que melhoraram a qualidade de vida da população (POL; VILLE, 2009).

Os ganhos da inovação social devem ser revertidos para a comunidade. A inovação social tende a criar valor para a sociedade, uma vez que é caracterizada como sendo uma solução nova para um problema social, que é mais efetiva, eficiente e sustentável que as soluções existentes, e pela qual o valor criado é revertido para a sociedade como um todo, em vez de interesses próprios (CENTER FOR SOCIAL INNOVATION, 2010) e neste sentido a Rota Romântica beneficia tanto aqueles ligados ao *trade* turístico como a população de um modo geral, pois para cada emprego formal gerado pelas empresas ligadas diretamente ao turismo, criam-se novos trabalhos no mercado informal. Os recursos gerados pelo turista circulam a partir dos gastos praticados nos hotéis, nos restaurantes, nos bares, nas áreas de diversões e entretenimento, enfim, todo comércio local é beneficiado.

Outro aspecto teórico sobre a inovação é a participação e a cooperação de diferentes atores neste processo (CLOUTIER, 2003). Em relação a Rota Romântica ela já possui em sua essência a questão do trabalho cooperado, tendo em vista que o objetivo inicial da rota era trabalhar o turismo de forma coletiva. Para isso ocorrer era necessário fundamentalmente a cooperação dos treze municípios somados à articulação da presidência da rota. Além disso, outras entidades apoiaram e ainda apóiam a rota, seja de forma financeira ou de outras que visem auxiliar o desenvolvimento da mesma. Pode-se citar a participação de entidades governamentais como Ministério do Turismo, Secretaria do Turismo, Fecomércio e universidades. Em nível municipal as associações comerciais e entidades locais dão um suporte nas ações dos municípios.

A partir dos modelos propostos de inovação territorial (MOULAERT; SEKIA, 2003) verificou-se que a Rota Romântica se enquadra no modelo de inovação social territorial proposto pela pesquisadora. Este modelo propõe inicialmente que o núcleo da dinâmica de inovação ocorra através da capacidade das instituições públicas ou privadas de inovar socialmente através da relação com outros agentes. E a Rota Romântica é uma instituição que articula suas atividades com a iniciativa privada e pública, por estar constituída como uma OSCIP, além de contar com diversos parceiros para desenvolver as ações que resultarão em melhorias sociais para as comunidades que integram a rota.

Pode-se considerar a Rota Romântica uma instituição que, através do fomento do turismo, proporciona melhor qualidade de vida para a população. Ela visa desenvolver os municípios economicamente, como o exemplo de Santa Maria do Herval, que em decorrência da participação na rota empresários passaram a investir na cidade. Atualmente está sendo construído uma pousada na cidade e isso gerará impostos e contratação de pessoas da comunidade. E socialmente, como Gramado que melhorou a infra-estrutura local dos bairros, através do asfalto das ruas e da criação de creches noturnas, afim de que os pais pudessem deixar seus filhos para trabalhar nos empreendimentos relacionados ao turismo.

Num modelo de inovação social territorial proposta pela pesquisadora a cultura predominante é a cultura de rede. Na Rota Romântica acredita-se que esta cultura ainda está em fase de consolidação, pois alguns aspectos mostram pontos positivos do trabalho cooperado, como a questão dos municípios apesarem de terem partidos diferentes, estruturas diferentes, parecem estar dispostos a contribuir com todos os municípios integrantes da rota, principalmente em questão de aprendizado. Em compensação, alguns aspectos precisam ser aprimorados, como a falta de integração entre o planejamento das ações dos municípios com a associação da rota romântica. O que atualmente ocorre é que a rota define um planejamento estratégico para o ano e apresenta para os municípios aprovarem e/ou fazerem suas considerações. Falta neste quesito a construção compartilhada por todos os atores envolvidos.

A Rota Romântica como construção social contempla os quatro componentes propostos pela teoria (HUMPHREYS, 2005). Os grupos sociais relevantes e a flexibilidade interpretativa são aspectos que foram identificados na pesquisa realizada, enquanto que o fechamento e a estabilização ainda estão em fase de consolidação.

Analisando a rota baseado na teoria-ator-rede (LAW, 1992) percebe-se a importância dos símbolos e aspectos intangíveis no processo de construção e consolidação da Rota Romântica. As belas paisagens naturais e a característica alemã, que inclui cultura, gastronomia e arquitetura dos municípios é o que diferencia a rota de outros projetos similares. Já a folha do plátano é o símbolo que melhor representa a rota, sendo destacado por todos os entrevistados durante a pesquisa. A folha está presente em todos os materiais de divulgação além de ser um aspecto paisagístico que embeleza a estrada que interliga os municípios.

Outro ponto na teoria (LATOUR, 2000) se refere à interpretação dada pelos construtores de fatos aos seus interesses e aos das pessoas que eles alistem. Na rota não há uma unanimidade nos motivos dos municípios integrarem este tipo de proposta. Para alguns é apenas um marca que é utilizado como mais um atrativo ou forma de divulgação enquanto outros já acreditam que a rota une esforços, seja para trocar idéias, potencializar ações ou conseguir recursos afim de desenvolver o turismo local. Apesar das divergências de entendimento e de as vezes algum município tentar direcionar alguma vantagem para a sua comunidade a presidência da rota não permite o avanço destas ações, tendo em vista que a rota é criada para desenvolver ações coletivas. Falta nos municípios e na própria associação ter a visão de que a rota tem o papel de desenvolver economicamente e socialmente as localidades, através do fomento do turismo de forma mais coletiva. Talvez este último ponto se justifique pela dificuldade da rota em integrar o grupo, tendo em vista que muitas vezes a questão partidária acaba atrapalhando o desempenho de determinado município no projeto, o que não condiz com o aspecto teórico da problematização da TAR, que diz que é necessário determinar um conjunto de atores e definir suas identidades, de tal forma a estabelecer o ponto de passagem obrigatório na relação que está sendo construída na rede.

Enfim, falta o estabelecimento, coordenação e consolidação de roteiros turísticos, talvez isto não ocorra por não existir uma liderança fora da diretoria que instigue o grupo a participar ou desenvolver as ações propostas pela rota (mobilização de aliados).

Em resumo, uma análise sobre o caso mostra que diversos aspectos apresentados na teoria são apropriados na sua aplicação sobre a Rota Romântica. A rota se constitui então num empreendimento turístico que gera inovação social porque melhorou e continua melhorando a qualidade de vida das pessoas, economicamente e socialmente, que habitam os municípios integrantes desta proposta.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovação social é uma temática embrionária nas pesquisas acadêmicas brasileiras, mas de extrema relevância, tendo em vista que ela busca apresentar soluções para melhorar a qualidade de vida da população. E para que isso ocorra, é necessária a participação e a cooperação de vários atores para a geração de soluções sociais que permaneçam nas comunidades ou na sociedade de uma forma geral.

Desta forma esta pesquisa contribui para buscar o aprofundamento neste tema, bem como propor um novo conceito nesta área, a inovação social territorial.

Buscou-se também analisar de que forma os diferentes atores integrantes de uma rota turística estabeleceram suas estratégias, desenvolveram suas ações e interagiram para gerar a inovação social, tornando esta pesquisa relevante, pois possibilitou verificar como o turismo, através de um trabalho coletivo dos municípios, organizado e sistematizado pela Associação Rota Romântica motivaram melhorias para as comunidades, seja através da geração de renda, empregos e outros fatores sociais. A pesquisa constatou que a Rota Romântica não é uma inovação social por si só, e sim um empreendimento turístico que acarretou na sua execução e operação, inovações sociais que beneficiaram as comunidades.

O ponto de surgimento da Rota Romântica Gaúcha foi a Romântica Alemã, que já por possuir mais de 50 anos apresenta alguns aspectos que devem ser seguidos pela rota brasileira a fim de que esta se consolide mais no mercado turístico e conseqüentemente gere mais benefícios para as localidades, como o envolvimento mais sistemático das comunidades, dos hotéis, restaurantes, comércio e dirigentes da associação da rota para discutirem os rumos da mesma. Notou-se que a questão partidária das autoridades municipais é um entrave ao desenvolvimento da Rota Romântica e deve haver mecanismos para superá-lo.

Um aspecto similar entre as rotas é o reconhecimento do turismo como importante fator econômico e promotor do bem-estar e qualidade de vida nas localidades que dela fazem parte. Ambas desenvolvem ações para divulgar os municípios e desta forma geram fluxo turístico.

Através da pesquisa percebeu-se que com o turismo coletivo, fomentado pela Associação da Rota Romântica, alguns benefícios sociais foram gerados em determinadas comunidades, como a melhoria da infra-estrutura – asfalto em bairros

populares, criação de creches noturnas a fim de que os pais possam trabalhar nas organizações voltadas ao turismo; investimento privado local, como o surgimento de comércio, restaurantes e hotéis que empregam a mão-de-obra local; incentivo aos produtores rurais para que vendam aos turistas os seus produtos coloniais como geléias e cucas e ações em escolas para que as crianças cresçam valorizando o turismo na sua cidade e recebam bem o turista. Apesar de se ter conseguido verificar alguns aspectos sociais percebeu-se uma grande dificuldade dos gestores públicos em elencar os resultados do trabalho, tanto da Rota Romântica como da própria ação da secretaria de turismo, no que se refere às ações para melhorar a qualidade de vida da população local. As secretarias desconhecem se há algum estudo sobre as necessidades sociais dos municípios e tampouco há algum tipo de articulação entre outras secretarias. Como o turismo é um campo que integra outros setores da economia é fundamental que aja um trabalho integrado entre estes atores.

Percebeu-se ao longo da pesquisa que o grau de interação dos municípios com a Rota Romântica é desigual. Os municípios com menor tradição turística tendem a integrar e participar mais das ações da Rota Romântica do que aqueles que já possuem uma consolidação maior no âmbito turístico. Apesar deste fato verificou-se que a nova diretoria da Rota está trabalhando para reverter esta questão, se reunindo com todos os secretários de forma individual a fim de integrá-los mais ao projeto. E outro ponto detectado foi o não envolvimento das ações locais com as ações da Rota, ou seja, cada ator desenvolve o seu planejamento, não tendo uma articulação integrada. A Rota Romântica Alemã poderia servir de modelo uma vez que eles estabeleceram em conjunto as diretrizes da rota.

Ressalta-se que por ter se utilizado de uma metodologia de estudo de caso os resultados não devem ser considerados uma representação para outros tipos de rotas ou empreendimentos turísticos.

O tema não foi integralmente exaurido nesse estudo, tendo como sugestão para futuras pesquisas a investigação sobre outras rotas turísticas, a fim de identificar se estas são inovações sociais ou apenas geradoras de inovação social como o objeto deste estudo. Ou ainda realizar uma investigação com a população participante e atingida pela inovação social determinada sobre a percepção destes sobre os benefícios sociais que são gerados por empreendimentos turísticos que geram inovação social e ainda, se na Rota Romântica alemã, que serviu de base

para a analisada neste trabalho, os impactos no desenvolvimento local para a melhoria da qualidade de vida das pessoas através de novos serviços ou processos públicos, o que evidencia a existência de inovação social, foram os mesmos aqui identificados.

Enfim, a Rota Romântico tem o desafio de fomentar cada vez mais o turismo nas localidades, através de um trabalho conjunto de diversos atores como iniciativa pública, privada e organizações não governamentais, que unidos poderão mudar cenários não desejados pela humanidade, através da geração de inovações sociais, que resultarão em melhor qualidade de vida para a população.

## REFERÊNCIAS

- ALCADIPANI, Rafael; TURETA, César. Teoria ator-rede e análise organizacional: contribuições e possibilidades de pesquisa no Brasil. **Organizações & sociedade**, Salvador, v. 16, n. 51, p. 647- 664, out./dez. 2009a. Disponível em: <<http://www.revistaoes.ufba.br/include/getdoc.php?id=820&article=720&mode=pdf&OJSSID=e2adac3ed8d0e35ec85b632b4503d277>>. Acesso em: 13 mar. 2010.
- \_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Teoria ator-rede e estudos críticos em administração: possibilidades de um diálogo. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 3, artigo 2, p. 406-418, set. 2009b. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v7n3/a03v7n3.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2010.
- ANDRÉ, Isabel; ABREU, Alexandre. Dimensões e espaços da inovação social. **Finisterra**, Lisboa, v. 41, n. 81, p. 121-141, 2006. Disponível em: <[http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81\\_06.pdf](http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81_06.pdf)>. Acesso em: 13 mar. 2010.
- AUOZANI, L. L. **Estudo sobre o turismo como alternativa para promover o desenvolvimento sustentável na região noroeste colonial do Rio Grande do Sul**. 2005. 223 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Gestão e Cidadania) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul: Ijuí, 2005.
- AYDALOT, Philippe. **Milieux innovateurs en Europe**. Paris: GREMI, 1986.
- BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. **Redes de Cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BECATTINI, Giacomo. Industrial sectors and industrial districts: tools for industrial analysis. **European planning studies**, Abingdon, v. 10, n. 4, p. 483-493, 2002. Disponível em: <<http://time.dufe.edu.cn/wencong/clusterstudy/n3edc299e9b0b5.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2010.
- BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Tradução Elizamari Rodrigues Becker, Gabriela Perizzolo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- BIGNETTI, Luiz Paulo. **Strategic actions and innovation practices in knowledge-based firms**. 1999. v. 1. Thesis (Ph. D. in Business Administration) -- École des Hautes Études Commerciales, University of Montreal, Montreal, 1999.
- BIJKER, Wiebe E. **Of bicycles, bakelites and bulbs: toward a theory of sociotechnical change**. Cambridge, MA: MIT Press, 1995.
- BRONZINI, Raffaello. Distretti industriali, economie di agglomerazione e investimenti esteri in Itália. In: SIGNORINI, Luigi Federico et al. (Org.). **Economie locali, modelli di agglomerazione e apertura internazionale**. Bologna: Banca d'Italia, 2004. p. 355-387.

BRUSCO, S. The idea of the industrial district: its genesis. In: PYKE, F.; BECATINI, G.; SENGENBERGER, W. (Org.). **Industrial districts and inter-firm cooperation in Italy**. Geneva: International Institute of Labour Studies, 1990. p.10-19.

CALLON, Michel. Some elements of a sociology of translation: demystifications of the scallops and the fishermen of St. Brieuc Bay. In: LAW, John (Ed.). **Power, action, and belief: a new sociology of knowledge?**. London: Routledge and Kegan Paul, 1986. p. 196-223.

CENTER FOR SOCIAL INNOVATION. **About CSI: Social innovation**. Stanford: Stanford University, 2010. Disponível em: <<http://csi.gsb.stanford.edu/social-innovation>>. Acesso em 06 set. 2010.

CHAMBON, Jean-Louis; DAVID, Alix; DEVEVEY, Jean-Marie. **Les innovations sociales**. Paris: Presses Universitaires de France, 1982. (Collection Que sais-je).

CLOUTIER, Julie. **Qu'est-ce que l'innovation sociale?**. Montréal: Centre de recherche sur les innovations sociales, 2003. (Collection Études théoriques, ET0314).

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

FELDMAN, Maryann P.; FRANCIS, Johanna; BERCOVITZ, Janet. Creating a cluster while building a firm: entrepreneurs and the formation of industrial clusters. **Regional studies**, Cambridge, v. 39, n. 1, p. 129-141, Feb. 2005. Disponível em: <<http://www.cherry.gatech.edu/REFS/TRP-Ref/Creating%20a%20Cluster%20While%20Building%20a%20Firm.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2010.

GABOR, Dennis. **Innovations: scientific, technological, and social**. London: Oxford University Press, 1970.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HAIR JUNIOR, Joseph F et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HANDERSON, Hazel. Social innovation and citizen movements. **Futures**, Guilford, v. 25, n. 3, p. 17-33, 1993.

HUMPHREYS, Lee. Refraining social groups, closure, and stabilization in the social construction of technology. **Social epistemology**, London, v. 19, n. 2/3, p. 231-253, Apr./Sept. 2005.

KIMBERLEE, Richard et al. **Shared spaces: social innovation in urban health and environment**. Montréal: Centre de recherche sur les innovations sociales, 2009. (Collection Études théoriques, ET0902).

KING, Alexander. The need for social and institutional innovation. In: UN CONFERENCE ON SCIENCE AND TECHNOLOGY FOR DEVELOPMENT, 1979, Vienna. **Social innovations for development**. Edited by C.G. Hedén and A. King Oxford: Pergamon, 1984.

KLEIN, Juan-Luis. Territorial development and social innovation. **Canadian journal of regional science**, Halifax, v. 32, n. 1, p. 3-12, spring 2009. Special issue on territorial development and social innovation.

LAGE, Beatriz Helena; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo na economia**. São Paulo: Aleph: 2004. (Coleção ABC).

LANDABASO, Mikel; OUGHTON, Christine; MORGAN, Kevin. Learning regions in Europe: theory, policy and practice through the RIS Experience. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON TECHNOLOGY AND INNOVATION POLICY, 3<sup>rd</sup>, 1999, Austin, Texas. **Global knowledge partnerships: creating value for the 21st Century**. The University of Texas: Austin, 1999. Disponível em: <<http://www.deu.edu.tr/userweb/sedef.akgungor/dosyalar/learning%20region2.pdf>>. Acesso em: 04 out. 2010.

LASTRES, Helena M. M; CASSIOLATO, José Eduardo. Políticas para promoção de arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas: vantagens e restrições do conceito e equívocos usuais. In: UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO. Instituto de Economia. Rede de Pesquisa em Sistemas e Arranjos Produtivos e Inativos Locais – REDESIST. **Resultados: artigos**. Rio de Janeiro: 2004. Disponível em: <<http://www.redesist.ie.ufrj.br/artigos>>. Acesso em: 04 nov. 2010.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora**. Tradução de Ivone C. Benedetti. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

\_\_\_\_\_. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

LAW, John. Notes on the theory of the actor-network: ordering, strategy and heterogeneity. **Systems practice**, New York, v. 5, n. 4, p. 379-393, 1992. Disponível em: <<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Law-Notes-on-ANT.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2010.

LE BER, Marlene J; BRANZEI, Oana. (RE)forming strategic cross-sector partnerships: relational processes of social innovation. **Business & society**, Chicago, v. 49, n. 1, p. 140-172, Mar. 2010. Disponível em: <<http://bas.sagepub.com/cgi/content/abstract/49/1/140>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

McCANN, Brian T.; FOLTA, Timothy B. Location Matters: where we have been and where we might go in agglomeration research. **Journal of management**, Thousand Oaks, Calif., v. 34, n. 3, p. 532-565, 2008.

MORAES, Marcia. A ciência como rede de atores: ressonâncias filosóficas. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 321-333, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v11n2/05.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2010.

MORGAN, Kevin. The learning region: institutions, innovation and regional renewal. **Regional studies**, Oxfordshire, v. 31, n. 5, p. 491–503, 1997.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico**: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

MOULAERT, Frank et al. Introduction: social innovation and governance in european cities. **European urban and regional studies**, Harlow, v. 14, n. 3, p. 195–209, 2007.

\_\_\_\_\_. Towards alternative model(s) of local innovation. **Urban studies**, Edinburgh, v. 42, n. 11, p. 1969-1990, 2005.

MOULAERT, Frank; SEKIA, Farid. Territorial innovation models: a critical survey. **Regional studies**, Oxfordshire, v. 37, n. 3, p. 289–302, 2003.

MULGAN, Geoff et al. **Social innovation**: what it is, why it matters and how it can be accelerated. London: The Young Foundation, 2007. Disponível em: <<http://www.youngfoundation.org/publications/reports/social-innovation-what-it-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated-march-2007>>. Acesso em: 10 out. 2010.

POL, Eduardo; VILLE, Simon. Social innovation: Buzz word or enduring term? **The Journal of socio-economics**, Greenwich, Conn., v. 38, p. 878-885, 2009

PRELL, Christina. Rethinking the social construction of technology through following the actors: a reappraisal of technological frames. **Sociological research online**, Guildford, v. 14, n. 2, 2009. Disponível em <<http://www.socresonline.org.uk/14/2/4.html>>. Acesso em: 12 dez. 2010.

PUTNAM, Robert D. The prosperous community: social capital and public life. **American prospect**, Princeton, n. 13, p. 35-42, Mar. 1993. Disponível em: <[http://prospect.org/cs/articles?article=the\\_prosperous\\_community](http://prospect.org/cs/articles?article=the_prosperous_community)>. Acesso em: 16 ago. 2010.

ROMANTISCHE Straße. **Unser Leitbild**. [S.l.: s.n., 2010]. 1 Mapa turístico.

ROTA romântica. Picada Café, 2010-2011. Disponível em: <<http://www.rotaromantica.com.br>>. Acesso em: 10 jan. 2010 e 20 mar. 2011.

STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW. **Social innovations**. Standford, 2011. Disponível em: <[www.ssireview.com](http://www.ssireview.com)>. Acesso em: 10 out. 2010.

STRATEGOS. **Business innovation survey report 2009–2010**. São Paulo: [s.n.], 2009.

TAYLOR, James B. Introducing social innovation. **Journal of applied behavioral science**, Thousand Oaks, Calif. v. 6, n. 1, p. 69-77, Mar. 1970.

WEBER, Roswithia. **Mosaico identitário**: história, identidade e turismo nos municípios da rota romântica – RS. 2006. 310 f. Tese (Doutorado em História) -- Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2006.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## APÊNDICE A – Roteiro de entrevista com a Associação Rota Romântica

### **Bloco 1 – Caracterização da entidade**

1. Como você descreve (caracteriza, define) a Rota Romântica?
2. Como surgiu a RR?
3. Qual o objetivo da criação da RR?
4. Quais foram os critérios para escolher as cidades que integrariam a rota na época do lançamento?
5. Quais eram as principais pessoas, municípios, empresas e associações envolvidos na formação da rota?
6. Quais são as cidades que fazem parte da RR atualmente? Como foram integrados esses municípios?
7. Quais são as ações desenvolvidas pela associação da RR?
8. Como se sustenta a RR (orçamento, mensalidade)

### **Bloco 2 – A Rota Romântica como inovação social**

1. Quais as principais vantagens e desvantagens que trouxe a RR para a região?
2. Que levantamentos sobre necessidades sociais foram realizados junto aos municípios?
3. De que forma a RR contribuiu para os municípios integrantes?

### **Bloco 3 – Ganhos para comunidade oriundos da Rota Romântica**

1. Quem são os beneficiários da RR? (Municípios, cidadãos, empresas, associações)
2. Que carências sociais foram atendidas pela RR?
3. Como são desenvolvidos novos projetos da RR?
4. Quais as repercussões sociais da RR?

### **Bloco 4 - Interação entre os agentes da Rota Romântica**

1. Há troca de conhecimento e de experiências entre os municípios da RR?
2. Em que momento esta troca de conhecimento é compartilhada entre os municípios?
3. Como é a interação entre os municípios da RR?



**Bloco 5 - A Rota Romântica como inovação social territorial**

1. O que a RR difere das demais rotas turísticas?

**Bloco 6 - Os agentes da Rota Romântica envolvidos no processo de inovação social**

1. Quais eram as principais pessoas, municípios, empresas e associações envolvidos na formação da rota?
2. De que forma os resultados da RR são disseminados entre os envolvidos?

**Bloco 7 - A Rota Romântica como fomentadora da inovação social territorial**

1. De que forma outras entidades, instituições, órgãos públicos contribuem para a RR?

**Bloco 8 - A cultura predominante na Rota Romântica**

1. Como é gerenciada a RR?
2. Como é feita a escolha dos responsáveis pela gestão da RR?
3. Como é o tratamento entre os associados da RR?
4. Qual é a autonomia do município em realizar determinadas ações?

**Bloco 9 – O que a Rota Romântica gerou em relação aos aspectos econômicos e sociais**

1. A RR proporciona melhor qualidade de vida para a população dos municípios, podendo ser de forma direta e indireta?
2. Caso afirmativo, de que forma isso ocorre?

**Bloco 10 - A capacidade da Rota Romântica em modificar o ambiente**

1. A RR contribui de alguma forma para o desenvolvimento econômico e social dos municípios? Como?

**Bloco 11 - Relação dos atores da Rota Romântica com os materiais tangíveis e intangíveis**

1. Existe algo que represente a RR em relação à imagem/símbolo?
2. Caso afirmativo, como foi o processo de escolha desta imagem/símbolo?

**Bloco 12 - Como foram escolhidos os atores da Rota Romântica; \*Quais são os interesses comuns entre os atores; \*Qual é o tipo de envolvimento entre os atores; \*Quem dos atores se destaca como líder e o seu perfil**

Existe alguma pessoa de alguma associação, entidade ou município que se destaca como líder desta rota? E com se manifesta esta liderança?

**Bloco 13 – Pergunta livre**

1. Algo mais a comentar que não foi perguntado?

## APÊNDICE B – Roteiro de entrevista com os municípios

### **Bloco 1 – Caracterização do município**

1. Nome do município.
2. Data de fundação.
3. Nome do prefeito.
4. Nome do secretário de turismo.
5. Quando entrou na RR?
6. Quem é o representante do município que participa das ações da RR?
7. Como foi o processo de entrada do município na RR?

### **Bloco 2 - A Rota Romântica como inovação social**

1. Quais as principais vantagens e desvantagens que a RR trouxe para o município?
2. Que levantamentos sobre necessidades sociais foram realizados junto ao município?
3. Quem são os beneficiários da RR? (cidadãos, empresas, associações)

### **Bloco 3 – Ganhos para a comunidade oriundos da Rota Romântica**

1. Que carências sociais foram atendidas pela RR?
2. Como são desenvolvidos novos projetos da RR?
3. Quais as repercussões sociais da RR?

### **Bloco 4 - Interação entre os agentes da Rota Romântica**

1. Que trocas ocorrem entre os municípios? (conhecimento, experiências, etc)
2. Em que momento estas trocas são compartilhadas entre os municípios?

### **Bloco 5 - A Rota Romântica como inovação social territorial**

1. O que a RR difere das demais rotas turísticas?

### **Bloco 6 - Os agentes da Rota Romântica envolvidos no processo de inovação social**

1. Quais eram as principais pessoas, municípios, empresas e associações envolvidos na formação da rota?
2. De que forma os resultados da RR são disseminados entre os envolvidos?

### **Bloco 7 - A Rota Romântica como fomentadora da inovação social territorial**

1. De que forma outras entidades, instituições, órgãos públicos contribuem para a RR?

### **Bloco 8 - A cultura predominante na Rota Romântica**

1. Como é o tratamento entre os municípios? É formal ou informal?
2. Qual é a autonomia do município em realizar determinadas ações? (ex.: folder)

### **Bloco 9 - O tipo de relação entre os atores da Rota Romântica**

1. A RR trabalha em parceria com outras rotas, organizações ou instituições públicas?
2. E de que forma estas parcerias contribuem para o crescimento da RR?

### **Bloco 10 - A capacidade da Rota Romântica em modificar o ambiente**

1. A RR contribui de alguma forma para o desenvolvimento econômico e social do município? Como?

### **Bloco 11 - Relação dos atores da Rota Romântica com os materiais tangíveis e intangíveis**

1. Existe algo que represente a RR em relação à imagem/símbolo?

### **Bloco 12 - Como foram escolhidos os atores da Rota Romântica; \*Quais são os interesses comuns entre os atores; \*Qual é o tipo de envolvimento entre os atores; \*Quem dos atores se destaca como líder e o seu perfil**

1. Existe alguma pessoa de alguma associação, entidade ou município que se destaca como líder desta rota? E com se manifesta esta liderança?

### **Bloco 13 – Pergunta livre**

1. Algo mais a comentar que não foi perguntado?